采 购 文 件

项目编号：CA25B2E4A0008

项目名称： 长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目

采 购 人：重庆长安汽车股份有限公司

代理机构：东风国际招标有限公司

2025年5月

**第 I 卷**

目录

[第一章 采购书 3](file:///D:\n诺明\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件(南方数字供应链平台公开询价采购）.doc#_Toc531191582)

[第二章 供应商须知 9](file:///D:\n诺明\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件(南方数字供应链平台公开询价采购）.doc#_Toc531191583)

[**（一） 总 则 9**](file:///D:\n诺明\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件(南方数字供应链平台公开询价采购）.doc#_Toc531191584)

[**（二） 采购文件 10**](file:///D:\n诺明\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件(南方数字供应链平台公开询价采购）.doc#_Toc531191585)

[**（三） 报价文件 11**](file:///D:\n诺明\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件(南方数字供应链平台公开询价采购）.doc#_Toc531191586)

[**（四） 报价文件的提交 13**](file:///D:\n诺明\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件(南方数字供应链平台公开询价采购）.doc#_Toc531191587)

[**（五）评审 14**](file:///D:\n诺明\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件(南方数字供应链平台公开询价采购）.doc#_Toc531191588)

[**（六）服务费 16**](file:///D:\n诺明\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件(南方数字供应链平台公开询价采购）.doc#_Toc531191589)

[**（七） 合同的授予 16**](file:///D:\n诺明\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件(南方数字供应链平台公开询价采购）.doc#_Toc531191590)

[**（八） 重新采购 17**](file:///D:\n诺明\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件(南方数字供应链平台公开询价采购）.doc#_Toc531191591)

[**（九） 版权问题及相关事项 17**](file:///D:\n诺明\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件(南方数字供应链平台公开询价采购）.doc#_Toc531191592)

[**（十） 纪律要求 18**](file:///D:\n诺明\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件(南方数字供应链平台公开询价采购）.doc#_Toc531191593)

[第三章 评审办法、侯选人推荐及确定 20](file:///D:\n诺明\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件(南方数字供应链平台公开询价采购）.doc#_Toc531191594)

[第四章 项目采购要求 49](file:///D:\n诺明\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件(南方数字供应链平台公开询价采购）.doc#_Toc531191595)

[**一、基本要求 49**](file:///D:\n诺明\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件(南方数字供应链平台公开询价采购）.doc#_Toc531191596)

[**二、报价表（详见报价文件要求） 49**](file:///D:\n诺明\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件(南方数字供应链平台公开询价采购）.doc#_Toc531191597)

[**三、商务报价要求 49**](file:///D:\n诺明\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件(南方数字供应链平台公开询价采购）.doc#_Toc531191598)

[**四、技术要求 51**](file:///D:\n诺明\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件\长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目-采购文件(南方数字供应链平台公开询价采购）.doc#_Toc531191599)

# **第一章 采购书**

东风国际招标有限公司受重庆长安汽车股份有限公司委托，对其“长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目”实行公开询价采购。

**一．项目名称：**长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目

**二．项目编号**：CA25B2E4A0008

**三．项目概况：**

3.1. 项目背景：

2024年公司开启创新传播“人民战争”，各品牌、公司高管纷纷建立官方社媒账号，全面ToC；流量有了，但账号运营体系不够完善，闭环管理不足，主要体现在客户声音缺乏系统性的运营管理，投诉、抱怨未有效快速跟进处理，建议声音未得到及时传递和采纳。

以客户为中心是企业取得成功的关键。通过积极聆听客户之声（Voice of the Customer, VOC），我们能够深入理解客户需求，从而打造出极致的产品服务体验，以满足甚至超越客户的期望。为此，企业亟需构建一个能全面收集、处理、洞察客户声音的系统，为研、产、供、销、运提供实时、全渠道、全品牌、全维度客户直联洞察系统，满足过程全透明、结果可评价、管理可驱动，快速驱动产品和服务的改善，提升企业的竞争力。

目前，企业在客户之声VOC聆听项目的实施上已取得初步成果，但在满足业务现有需求方面仍存在明显差距：

（1）全渠道的VOC管理不足：客户声音缺乏系统性的运营管理，以及缺乏闭环管理机制；

（2）数据源覆盖、数据类型、时效性不足：内部数据源以乘用车渠道为主，其他品牌覆盖不足；主流外部数据源接入方面存在明显不足，特别是对主流社交媒体和新媒体数据等系统获取能力有限，且视频、音频、图片等数据未接入，及数据采集时效性不足；

（3）算法能力和智能化程度不足：现有算法基于传统的自然语言处理方法（缺乏上下文联义、知识问答能力、多模态处理能力等——匹配业务的问题达成业务目的）。对于新兴的AIGC（生成式大语言模型）等AI技术应用不够，导致精准度和算法能力未能达到行业领先水平。这在处理复杂多变的市场信息和客户反馈时尤为明显，影响了决策的科学性和有效性。

（4）应用闭环不足：企业在信息主动赋能、直接阅读性和专题场景洞察方面不足。同时，系统缺乏高效闭环管理机制和功能，难以实时风险预警与高效闭环，以及无法实现事前预警监控、事中直达直驱、事后评价管理，客户声音全面闭环管理。

（5）算法、运维架构升级——避免硬件资源指数增长；

为了解决与提升上述问题，计划开展本期客户之声系统优化迭代。

3.2. 总体目标：

创新创业8.0战略要求，客户经营向ToC运营体系转变，构建互动直联、主动直服、客情直驱的全球化客户运营体系，客户部统筹客户之声的闭环管理，承接客情直驱战略。现VOC1.0系统功能不全，公域官方账号下咨询声音无响应、建议未及时传递和采纳、投诉抱怨未有效快速处理，无法实现全面实时公域客户声音闭环管理。基于此，将全面升级VOC系统能力，内部数据全渠道接入，外部主流社媒及新媒体数据渠道接入，提升核心数据渠道采集的实时性，应用AI多模态等技术手段，构建全域、全场景客户之声实时直联洞察系统，实现公域客户声音的实时维护与口碑管理；搭建客情直驱体系，建立高效闭环管理机制，实现高价值VOC的直达直驱与全链路管理，满足各业务对VOC数据实时采集、精准洞察与高效闭环管理的需求，助力ToC运营体系转型及客情直驱战略落地。

提供完整VOC运营管理策略，协同推进 VOC 运营方案落地执行，实现以下核心运营指标：

1.核心数据源小时级（不超过4小时）轮巡采集与识别可视；

2.咨询、建议声音100%闭环；

3.抱怨声音100%闭环响应；

4.VOC采纳率（高价值VOC）≥50%；

5.客户声音实时共享闭环（包含各类原声共享、风险预警、报告共享等）；

6.客户声音识别精准度，私域不低于90%，公域不低于85%；语音、视频转文本精准度不低于95%。

7.所有指标达成目标按项目过程中最高定义要求计算。

3.3.分项目标

在严格遵守《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国数据安全法》、《中华人民共和国个人信息保护法》等相关安全法律法规的基础上，实现如下内容：

目标1：数据源丰富

目标2：数据时效性

目标3：精准度提升

目标4：数据服务能力

目标5：VOC闭环及评价管理

3.4. 项目实施计划是指从项目启动到系统上线所需时间，需由供应商和招标方共同评估；项目实施周期不超过8个月（从项目启动到系统上线），其中用户测试时间不能少于0.5个月；上线后支持不少于12个月（不包含在实施期内）。

3.5. 技术要求：详见采购文件P55

**★四、本次采购不接受联合体报价**

**★五、供应商资质：**

**供应商必须提供企业的以下信息：**

（1）取得合法经营的法人或其他组织，提供有效营业执照或授权文书,原件备查。

（2）未被“信用中国”列入失信被执行人名单;未被纳入T3（中国第一汽车集团有限公司、东风汽车集团有限公司、中国兵器装备集团有限公司）、长安汽车黑名单范围内;未被长安汽车列入暂停业务等不适合参与项目的风险管理项。(提供:1.承诺函，详见寻源公告附件；2.报名方在“信用中国(网址:www.creditchina.gov.cn)"近一个月内的信用中国完整报告。)

（3）供应商非“三无”供应商(“三无”供应商是指无实缴注册资本、无参保人员、无生产经营场所等无生产加工能力的“空壳”供应商)(提供完整的国家企业信用信息公示系统查询报告，网址:https:/www.gsx.gov.cn/corp-query-homepage.htm。)如查询结果于实际不符，针对实缴注册资本请提供验资报告或银行入账回单(转账记录备注投资或实缴)加盖公章;针对参保人员信息请提供社保局出具的社保证明加盖公章。

（4）企业开发及经营的软件产品列表，以及企业主营业务中拥有软件著作权或专利（关键字包括以下之一：客户之声、VOC、客户体验等）等自主知识产权的有效证明材料；

（5）提供近五年（2020年1月1日至今）2个与本项目相关的合同，且企业独立完成的，其中一个合同金额大于300万人民币的软件开发合同（协议）

（6）团队要求：供应商在册人数≥100人，须提供相关政府部门开具的近3个月社保缴纳人数≥100人的证明文件。

（7）供应商具备完善的产品开发管理体系、质量管控体系、信息安全管理体系或信息安全服务体系；或供应商提供的产品符合产品开发、质量管控体系、信息安全管理体系或信息安全服务体系相关要求。（提供企业自建的产品开发管理标准或制度、ISO 9001认证复印件（原件备查）、ISO 27001或CCRC的认证复印件（原件备查），均需加盖公章；

（8）注册资本1000万元人民币及以上（或等值外币），注册时间5年及以上（提供营业执照复印件并加盖公司公章）

（9）近三年（2022年、2023年、2024年）每年营业收入达1000万元及以上。（提供对应年限经第三方审计的财务报表复印件并加盖公司公章，或提供对应年限每年累计金额不低于1000万元的合同复印件并加盖公司公章。）

（10）需组建独立的团队服务于本项目，核心服务人员不少于18人，提供团队名单、组织构架、社保证明等材料说明。整个核心服务团队人员不得同期服务其他企业（提供承诺函，格式自拟并加盖公章）；

（11）本地服务保障：投标方承诺提供≥30人的工作场地且在20分钟通勤范围内（如当前无工作场地，则提供3个备选方案），用于该服务团队的重庆驻场办公。须提供承诺函并盖章

**六、项目内容：**

6.1、具体执行内容及交付要求：详见长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目 技术要求（采购文件P52）。

6.2其他内容：详见长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目--技术要求（采购文件P52）

**七、资金来源：**自筹

**八. 费用结算办法：**

货款等所有相关费用由采购人（重庆长安汽车股份有限公司）与供应商（中选方）直接结算，具体结算办法如下：

固定费用部分：1.合同签订完成后支付10%；2.系统上线后支付40%；3.验收合格后支付40%；4.质保期结束后支付10%。

框架部分：按季度据实结算。

**九．报名时间：**2025年5月9日15时00分至2025年5月19日17时00分 （北京时间）。

**十．采购文件的获取（线下支付报名费，线上下载采购文件）：**

1.报名费用：500元整（按以下方式进行付款）

2.供应商报名参与本项目，需上传“支付凭证”及“保密承诺书（签字盖章）”至南方数字供应链平台（网址：https://www.cse-ssc.com/），具体如下：

2.1登录平台（未注册用户请先注册，相关操作请参考南方数字供应链平台首页右侧“帮助中心-操作手册”下载查看《非招业务-投标供应商操作手册》。若供应商未及时在南方数字供应链平台中注册并进行企业身份认证，由此引起的后果由供应商自行承担。）

2.2联系公告/邀请函中项目经理，获取微信小程序二维码，扫码支付报名费用（缴费成功截图为支付凭证）；

2.3供应商需完成“保密承诺书”的签字盖章(格式见公告/邀请函附件)；

2.4完成以上步骤后，联系公告/邀请函中项目经理进行审核；

注：报名费的发票可通过微信小程序自行下载。

**十一．质疑截止时间：**2025年5月19日17时30分（北京时间）

**十二. 答疑截止时间：**2025年5月19日18时00分（北京时间）

**十三．报价截止时间：**2025年5月20日14时00分（北京时间）

**十四．评审时间：** 2025年5月20日14时00分（北京时间）

**评审地点：**重庆市江北区建新东路51号附10号金陵大厦B栋二层办公楼205会议室

**十五.报价方式：**网上报价

**十六.保证金**：5万元

形式：电汇或转账

账户名称：东风国际招标有限公司

开 户 行：招商银行。

本项目的投标保证金账号为招标代理机构开户银行在系统中为每个项目随机生成的虚拟子账号。

同一供应商参加不同项目的虚拟子账号不同

(投标人通过扫描二维码进入微信小程序，扫码支付标书费后，最下方显示“参与”，点击 “参与”后，录入企业信息，投标人参与项目后,点击小程序下方的“保证金”，查看对应项目的保证金虚拟子账号信息（支持下载保证金递交告知函、复制虚拟子账号、上传证明材料等），将项目保证金打款至对应项目虚拟子账号内)。

到账截止时间：投标截止时间之前。

有效期：与投标有效期相同。

**十七.报价：**

供应商须在报价截止时间前登录南方数字供应链平台按要求缴纳报名费，方可填写报价信息、上传报价文件并成功提交。超过报价截止时间，供应商将无法再通过南方数字供应链平台缴纳相关费用、填写和提交报价信息和报价文件。

南方数字供应链平台为公共互联网平台，任何单位或个人严禁上传涉及国家秘密的文件资料，包括涉密资质证书等视为密件管理的文件，否则其投标文件或响应文件将被拒绝，并承担对平台造成的全部损失。

**十八. 代理机构联系人：**东风国际招标有限公司

联 系 人：刘美慧

联系电话：15172286480

邮 箱：lmh@dfmbidding.com

**十九.采购人联系方式：**

联系单位：重庆长安汽车股份有限公司

地 址：重庆江北区建新东路260号

联 系 人：李老师

电 话：18623561069

**二十. 分包：**除采购人书面同意外，中选人不得在中选后就本采购项目进行分包。

**二十一．候选人公示媒体：**南方数字供应链平台（https://www.cse-ssc.com/）

**二十二. 平台技术支持**

客服电话：400-0809-508（工作日 09:00-18:00）

**二十三、带★号条款为关键项，对关键项的偏离将导致其报价被否决。**

**保密承诺书**

我了解长安汽车有关保密制度，知悉应当承担的保密义务和法律责任。本公司/单位/个人庄重承诺：

一、认真遵守长安汽车的保密规章制度，履行保密义务。

二、不违规记录、存储、复制长安汽车商业秘密信息，不违规留存长安汽车商业秘密载体。

三、不以任何方式泄露所接触和知悉的长安汽车商业秘密。

四、随时提高保密警惕性，不有意或无意泄露此次长安汽车工作秘密或敏感信息，自愿签订保密承诺书。

违反上述承诺，自愿承担相关违约责任和法律后果。

公司名称（盖章）：

代理人签名：

签订时间：

年 月 日

# 第二章 供应商须知

**（一） 总 则**

**1. 项目说明**

1.1本项目属于询价采购

**2. 定义**

2.1 “代理机构”受业主委托进行采购工作，即东风国际招标有限公司。

2.2 “采购人”系指“业主”、“买方”。

2.3 “采购方”指由代理机构和采购人共同组成。

2.4 “供应商”系指按采购文件要求，参加竞争的制造商或代理商，如果该供应商本次中选，即成为“卖方”、“中选人”。

2.5 “天”指日历天数。

**3. 采购范围**

3.1 本项目的概况详见“采购书”所述。

3.2 本项目的实施时间要求详见“采购书”所述。

**4.资金来源**

4.1本项目资金来源详见“采购书”所述。

**5.合格的供应商**

5.1 供应商是响应采购活动、已在代理机构处注册、认证并缴纳相关费用的法人或其他组织。任何未在代理机构处注册、认证的法人或其他组织均不得参与报价。

5.2 与采购人存在利害关系可能影响采购公正性的法人或其他组织不得参加该项目。

5.3 单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得参加同一采购项目，共同组成联合体报价的除外。

5.4 联合体各方不得在同一采购项目中以自己名义单独或者参加其他联合体报价。

5.5满足国家法律法规规定的其他情形。

**6. 报价费用**

6.1供应商应自行承担所有与编写和提交报价文件相关的费用，不论采购的结果如何，采购方在任何情况下无义务和责任承担这些费用。

**7. 踏勘现场（如需要）**

7.1如有必要，采购人将组织供应商对项目现场及周围环境进行踏勘，以便供应商获取有关编制报价文件和签署合同所涉及现场的资料。供应商承担踏勘现场所发生的自身费用。

7.2 采购人向供应商提供的有关现场的资料和数据，是采购人现有的能被供应商利用的资料。采购人对供应商由此所做出的推论、理解和结论不负责任。

7.3 供应商及其人员经过采购人的允许，可为踏勘目的进入采购人的项目现场，但供应商及其人员不得因此使采购人及其人员承担有关的责任和蒙受损失。供应商应承担踏勘现场的责任和风险。

7.4如果供应商认为需要再次进行现场踏勘，采购人将予以支持，供应商费用自理。

**（二） 采购文件**

**8. 采购文件的获取**

8.1供应商凭用户名和密码登录南方数字供应链平台（网址：https://www.cse-ssc.com/）在网上下载采购文件。

**9. 采购文件的组成：**

采购文件除包括以下内容外，采购人在采购活动期间发出的答疑纪要和其他补充修改函件，均是采购文件的组成部分，对供应商起约束作用。

**采购文件包括下列内容：**

第一章 采购书

第二章 供应商须知

第三章 评审办法、侯选人推荐及中选人确定

第四章 项目采购要求

**10. 采购文件的澄清**

10.1供应商对采购文件有异议的，应在质疑截止时间前通过南方数字供应链平台提请采购人解释，采购人将及时通过南方数字供应链平台给予答复，根据需要，该网上答复内容同时分发给其它供应商，并视为采购文件的组成部分。

**11. 采购文件的修改或补充**

11.1采购人根据需要可对采购文件进行补充或修改，并视为采购文件的组成部分。

11.2采购人将补充修改的内容通过南方数字供应链平台通知所有的供应商，对供应商有约束力。采购人将补充修改的内容通过南方数字供应链平台发出后，视为供应商默认接收。

11.3 为使供应商在编制报价文件时有充分时间对采购文件的补充、修改部分进行研究，采购人可以酌情推迟报价截止时间和评审时间。

**（三） 报价文件**

**12.报价文件编制基本要求**

12.1 供应商应认真阅读、充分理解采购文件的全部内容（包括所有的补充、修改内容），承认并履行采购文件中各项条款规定及要求。

12.2 供应商应按采购文件的全部内容，包括所有的补充修改通知及附件进行编制报价文件。

12.3 若供应商只填写采购文件要求的部分内容和附件，给评审造成困难的，责任由供应商承担。

**13. 报价文件的语言及度量衡单位**

13.1与采购活动有关的所有往来通知、函件和报价文件**均应用中文**。

13.2 除技术规范另有规定外，报价文件使用的度量衡单位，均采用中华人民共和国法定计量单位。

**14. 报价文件的组成**

报价文件主要包括下列内容：

14.1报价表（南方数字供应链平台在线填写，如有分项报价表还应在报价文件中按要求填写并提交）

14.2初步评审文件

14.3技术文件

14.4商务文件

**15. 报价文件格式**

15.1 报价文件包括本须知第14条中规定的内容，供应商提交的报价文件应当使用本采购文件所提供的报价文件格式(表格可以按同样格式扩展)。

**16.报价**

16.1供应商须按要求在南方数字供应链平台（网址：https://www.cse-ssc.com/）报价页面上填写相关价格信息。

16.2报价应包括完成采购文件所确定范围的全部费用。

16.3供应商所填写的报价在合同实施期间不因市场变化因素和政策性变化因素而变动，供应商在计算报价时自行考虑风险；采购文件明确要求的按照采购文件规定执行。

**17.货币**

17.1本项目的报价及相关服务费用支付采用的币种为人民币。

**18.保证金**（如采购文件要求收取保证金则按以下条款执行，保证金收取要求及方式请参见本采购文件第一章）

18.1 供应商应在报价前，按采购文件规定缴纳足额保证金并作为其报价文件的一部分（若在报价截止时间前供应商未缴纳保证金，则供应商可能无法进行报价）。

18.2对中选人和未中选人的保证金，最迟应当在签订合同后5个工作日内予以退还。

18.3发生下列任何情况之一时，保证金不予退还：

18.3.1 中选人在南方数字供应链平台发出中选通知书后撤销其报价信息和其报价文件。

18.3.2 中选人在规定的期限内未能根据本须知第31条规定签订合同。

**（四） 报价文件的提交**

**19．报价文件的提交**

19.1 供应商必须在报价截止日期前通过南方数字供应链平台，按照采购文件的要求填写报价信息并上传相关文件。

19.2供应商可利用南方数字供应链平台的网络制作或上传报价文件，但由于网络原因引起的任何制作或上传报价文件不成功的，南方数字供应链平台不承担任何责任，责任由供应商自行承担。

**20．报价文件提交的截止时间**

20.1 采购人可按本须知第11条规定以修改补充通知的方式，酌情延长提交报价文件的截止时间。在此情况下，供应商的所有权利和义务以及供应商受制约的截止时间，均以延长后新的报价截止时间为准。

**21．迟交的报价文件**

21.1按照第20条的规定，供应商将无法在规定的报价截止时间后再通过南方数字供应链平台上传相关报价文件。

21.2按照第20条的规定，代理机构将拒绝接收规定的报价截止时间后递交的任何报价文件。

**22.报价文件的修改和撤回**

22.1供应商在成功上传相关报价文件后，在报价截止时间前，可以登录南方数字供应链平台撤回已上传的相关报价文件，并将修改后的相关报价文件在报价截止时间前递交，最终相关报价文件以报价截止时间前递交至南方数字供应链平台的最后一份报价文件为准。

22.2 修改的内容为报价文件的组成部分。

22.3 报价截止时间后，供应商将无法再对报价文件进行修改。

22.4 在评审结束以后，不论中选与否，供应商均不得收回报价文件。各供应商的报价文件由采购人归档，以便接受上级部门的复查。

22.5 供应商在报价截止时间之前通过南方数字供应链平台撤回已上传报价文件且未重新上传新的报价文件的，采购人已按照采购文件规定收取保证金的，应当自接到供应商书面撤回通知后十日内返还保证金。

**（五）评审**

**23. 报价文件出现下列情形之一的，由评审委员会判定其报价被否决：**

23.1 供应商不符合国家或者采购文件规定的资质要求的；

23.2 未按采购文件要求提交保证金的；

23.3 如采购文件不允许采用联合体报价，供应商采取联合体报价的；如采购文件允许采用联合体报价，联合体报价未附联合体各方共同报价协议的；

23.4 报价低于成本或者报价超出本采购项目最高限价的；

23.5 串通报价、以行贿手段谋取中选、以他人名义或者其他弄虚作假方式报价的；

23.6 未对采购文件提出的其他实质性要求和条件作出响应的；

23.7 初步评审未通过的；

23.8关键项评审未通过的；

23.9一般项评审未通过的；

23.10价格关键条款评审未通过的；

23.11采购文件明确规定应当否决其报价的其他情形。

**24．评审委员会与评审**

24.1 评审委员会由采购人组建，负责评审活动。

24.2 到达评审时间后，开始评审。评审采用保密方式进行。

**25．报价文件的澄清**

25.1 为了有助于报价文件的审查、评价和比较，必要时，评审委员会可以要求供应商对报价文件中含义不明确的内容做必要的澄清或说明，供应商应进行澄清说明。澄清不得超出报价文件的范围或者改变报价文件的实质性内容。评审委员会不得暗示或者诱导供应商作出澄清、说明，不得接受供应商主动提出的澄清、说明。

**26、报价文件的评审**

26.1 评审依据：评审委员会仅对上传的报价文件进行评审。

26.2 评审委员会将审查报价文件是否完整、总体编排是否有序、文件签署是否合格、有无计算上的错误等。

26.3评审委员会依据采购文件中的评审标准和方法对相关报价文件进行评审。

26.4如采购文件中规定需要进行讲解，在评审过程中，供应商代表应对项目方案进行陈述和PPT展示，之后针对评审委员会提出的问题进行澄清说明。

**27、确定候选人**

评审委员会完成评审后，采购人根据评审结果确定侯选人；

**28、候选人公示**

南方数字供应链平台（网址：https://www.cse-ssc.com/）

**29、中选人确定与结果通知书**

**29.1 中选人确定**

公示期结束后，采购人确定评审委员会推荐的排名第一的候选人为中选人。排名第一的候选人放弃中选、因不可抗力提出不能履行合同等，或者存在违法行为被有关部门依法查处，且其违法行为影响中选结果的，采购人可以按照评审委员会提出的候选人名单排序依次确定其他候选人为中选人，也可以重新组织采购。

**29.2 结果通知书**

中选人确定后，由南方数字供应链平台向中选人和未中选人发出中选/未中选结果通知书，中选结果通知书将是合同的组成部分。

**（六）服务费**

**30.代理服务费的收取**

30.1 中选人应向代理机构支付代理服务费, 代理服务费参照国家发展计划委员会计价格[2002]1980号文件规定，按差额定率累进法计算。

30.2中选金额200万以下项目按以上标准收费的70%收取代理服务费，200万以上的项目按以上收费标准的68%收取代理服务费；

30.3 本项目收取固定金额中选服务费23000元

**（七） 合同的授予**

**31．合同授予标准**

31.1 本采购项目的合同将授予按本须知第29条的规定所确定的供应商。

**32．合同协议书签订**

32.1 本次项目合同签订范围包括重庆长安汽车股份有限公司、阿维塔科技(重庆)有限公司、深蓝汽车科技有限公司（以下统称为甲方）。

甲方与中选人应按照采购文件和中选人的报价文件订立书面合同。

32.2 甲方如不按规定与采购人签订合同，则甲方将有充分的理由取消其中选资格，并不予退还其保证金。给甲方造成的损失超过保证金数额的，还应当对超过部分予以赔偿，同时依法承担相应法律责任。

32.3 甲方应当按照合同约定履行义务，完成此次项目，不得将此次项目转让(转包)给他人。

32.4 中选人应按业主要求在指定的时间、地点参加商务谈判。若中选人未按指定的时间、地点进行商务谈判，甲方有权与其他供应商进行商务谈判以及签订相关合同；

32.5 商务谈判后，中选人按照采购人指定的时间、地点签订相关合同。若中选人未按指定的时间、地点签订合同，甲方有权与其他供应商签订相关合同；

**（八） 重新采购**

**33、重新采购**

出现下列情况之一者，采购人会废弃此次采购活动进行重新采购：

33.1 评审委员会评审后否决所有供应商报价文件的。

33.2评审委员会判定明显缺乏竞争性而决定否决全部报价的。

**（九） 版权问题及相关事项**

**34、版权问题**

34.1报价文件的真实性要求：供应商所递交的报价文件（包括有关资料、澄清）应真实可信；不存在虚假以及假借别人的作品或者某人历任公司的非自主创作作品（包括隐瞒）；不得包含任何侵犯第三方知识产权的材料。如发生侵权行为或报价文件存在虚假，评审委员会有权否决其报价，采购人有权取消其中选资格。供应商应承担由此产生的一切后果，并赔偿相应损失。

34.2供应商的所有报价方案及相关资料，采购人概不退还。

**35、适用法律**

本次采购受中华人民共和国法律管辖。若发生纠纷，应适用中国法律规范，通过诉讼程序解决。

**36、保密**

供应商应对采购人提供的提供所有资料（文字、图纸、电子数据）等商业机密保密，不得向第三方泄露任何关于项目采购人提供的资料及项目情况，否则将承担法律责任。如发生以上情况并给采购人造成损失的，采购人保留依据法律向供应商索赔的权利，供应商应承担相关的法律责任及损失。

**（十） 纪律要求**

**37、对采购人的纪律要求**

采购人不得泄漏询价采购活动中应当保密的情况和资料，不得与供应商串通损害国家利益、社会公共利益或者他人合法权益。

**38、对供应商的纪律要求**

供应商不得相互串通报价或者与采购人串通报价，不得向采购人或者评审委员会成员行贿谋取中选，不得以他人名义报价或者以其他方式弄虚作假骗取中选；供应商不得以任何方式干扰、影响评审工作。

**39、对评审委员会成员的纪律要求**

评审委员会成员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透漏对报价文件的评审和比较、中选候选人的推荐情况以及评审有关的其他情况。在评审活动中，评审委员会成员不得擅离职守，影响评审程序正常进行，不得使用本采购文件中没有规定的评审因素和标准进行评审。

**40、对与评审活动有关的工作人员的纪律要求**

与评审活动有关的工作人员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透漏对报价文件的评审和比较、中选候选人的推荐情况以及评审有关的其他情况。在评审活动中，与评审活动有关的工作人员不得擅离职守，影响评审程序正常进行。

（十一）异议和投诉

各供应商或者其他利害关系人对上述公示内容有异议的，可在公示期内提出异议，具体方式：以书面形式（法定代表人或其授权代表签字并加盖单位公章）向长安汽车电子采购平台对应项目经理提出异议。逾期或未按要求提交的异议材料将不予受理。

# **第三章 评审办法、侯选人推荐及确定**

**一、评审办法**

1.1 本次询价采购采用经评审的最低价法评审。

1.2 采购文件中标注“★”的为关键性条款，对这些关键性条款的任何一项向下偏离,都将导致其报价被否决。

**二、评审步骤**

评审委员会将按以下工作程序进行评审：

2.1初步评审，初步评审分为形式评审和资格性评审两部分；

2.2详细评审，详细评审分为关键项评审、一般项评审、价格评审三部分：

**三、初步评审**

3.1初步评审标准详见附表一：初步评审表；只有通过初步评审合格的供应商才能进入详细评审。

**四、关键项评审**

关键项评审标准详见附表二：关键项评审表；

4.1 仅对“初步评审”合格者进行评议。

★4.2 采购文件中标注“★”的为关键性条款，对这些关键性条款的任何一项向下偏离,都将导致其报价被否决；

**五、一般项评审**

一般项评审标准详见附表三：一般项评审表；

5.1仅对“初步评审”及“关键项评审”合格者进行评议。

★5.2一般项评审最大允许偏离项数为4项，即：偏离项数达到或超过五项将导致其报价被否决；

5.3 对这些一般性条款的任何一项负偏离，将导致评审价在其报价时所报的报价总价基础上增加1%；

5.4一般项评审包含采购文件（含补充通知和答疑纪要）中规定的所有非关键内容。

**六、价格评审**

价格评审详见附表四：价格关键条款评审表、附表五：价格评审表

6.1 仅对“一般项评审”合格者进行价格比较。

6.2算术修正

系统中报价总价与分项报价表中价格不一致时，评审委员会按以下原则进行修正：

6.2.1如果数字表示的金额和用文字表示的金额不一致时，应以文字表示的金额为准。

6.2.2若单价计算的结果与总价不一致，以单价为准修改总价。但单价金额小数点有明显错误的除外。

6.2.3若系统中报价总价低于分项报价表中分项报价的合计，则系统中报价总价视同供应商的优惠报价，并以此作为评审价格。分项报价则按照系统中报价总价与分项报价表计算出的报价总和的比例进行修正。

★6.2.4供应商拒绝按评审委员会及采购人要求进行修正的，将导致其报价被否决。

★6.3报价缺漏项限定：经评审，报价文件有重要功能性项目报价漏项的或漏项供货内容价值占报价价格10%及以上的，为实质性偏离询价采购文件要求，其报价文件将被拒绝。

6.4 如报价有非重要功能性项目报价漏项（如项目数量不足）或漏项供货价值占报价价格10%以下的内容，则漏项的报价被视为已包含于总报价中，签订合同时价格不予调整。在评审时，将以其它有效供应商中的该项最高价计入评审价。

★6.5供应商确认报价缺漏项不包含在报价总价中的，评审委员会应当否决其报价。

6.6 报价总价中若包含询价采购文件要求以外的产品，评审时不予核减。

6.7 若第六章要求提供备品备件，备品备件费用应计入报价总价中，供应商不得以本设备不需要备件或不需要如此多的备件为由而不报或少报，否则，评审时将把其他有效供应商相应项的最高报价计入其评审价格。

6.8评审价格=报价总价+供货范围偏离+一般条款偏离

**七、中选侯选人推荐及合同授予标准**

7.1 评审委员会按照评审价格由低到高的顺序推荐中选候选人并标明排序；

7.2本次询价采取经评审的最低价法，确定排名前三名的供应商为中选候选人；

7.3如果出现评审排序并列的情况，优先顺序由采购人或其授权的评审委员会自行确定。

**附表一** **初步评审表**

项目编号： CA25B2E4A0008 项目名称：长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **评审项目** | **评审因素** | **评审标准** | **是否合格** | | |
| **供应商1** | **供应商2** | **.。。。。。。** |
| 1 | 营业执照 | 供应商有效期内的三证合一营业执照复印件加盖公章后扫描或照片形式提交 |  |  |  |
| 2 | 保证金 | 按采购文件要求提交保证金 |  |  |  |
| 3 | 报价授权 | 法定代表人（单位负责人）授权委托书 |  |  |  |
| 4 | 报价文件 | 报价文件的完整性；报价文件上法定代表人（单位负责人）或其授权代理人的签字及盖章齐全。 |  |  |  |
| 5 | 报价有效期 | 响应采购文件的规定 |  |  |  |
| 6 | 资质要求 | 详见第一章★五、供应商资质。 |  |  |  |
| 7 | 其它 | 采购文件（含补充通知、答疑纪要）中规定的其他关键内容 |  |  |  |
| 结论 | | |  |  |  |

注：1.初步评审不合格的不再进入后续评审阶段。

**附表二** **关键项评审表**

项目编号： CA25B2E4A0008 项目名称：长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **评审因素** | **评审标准** | **是否合格** | | |
| **供应商1** | **供应商2** | **.。。。。。。** |
| **商务关键项评审条款** | | | | |
| 1 | / |  |  |  |
| **技术关键项评审条款** | | | | |
| 1 | ★若技术评分低于70分（权重前），则视为其技术评审不合格。（技术评分详见附件：长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目技术评分表） |  |  |  |
| 其它 | 采购文件（含补充通知、答疑纪要）中规定的其他关键内容 |  |  |  |
| 结论 | |  |  |  |

注：1.关键项评审不合格的不再进入后续评审阶段。

**附表三：****一般项评审表**

项目编号： CA25B2E4A0008 项目名称：长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **评审项目** | | **供应商** | | |
| **序号** | **评审因素** | **供应商1** | **供应商2** | **……** |
| **商务一般项评审条款** | | | | |
| 1 | 费用由采购人（重庆长安汽车股份有限公司）与供应商（中选方）直接结算，具体结算办法如下：  固定费用部分：1.合同签订完成后支付10%；2.系统上线后支付40%；3.验收合格后支付40%；4.质保期结束后支付10%。  框架部分：按季度据实结算。 |  |  |  |
| 2 | 《承诺函 -长安（与初步评审其他资料打包上传）》：供应商必须提供签字盖章的承诺函 -长安（与初步评审其他资料打包上传） |  |  |  |
| 3 | 其他一般商务条款 |  |  |  |
| **技术一般项评审条款** | | | | |
|  | 二、项目目标1、总体目标 |  |  |  |
|  | 创新创业8.0战略要求，客户经营向ToC运营体系转变，构建互动直联、主动直服、客情直驱的全球化客户运营体系，客户部统筹客户之声的闭环管理，承接客情直驱战略。现VOC1.0系统功能不全，公域官方账号下咨询声音无响应、建议未及时传递和采纳、投诉抱怨未有效快速处理，无法实现全面实时公域客户声音闭环管理。基于此，将全面升级VOC系统能力，内部数据全渠道接入，外部主流社媒及新媒体数据渠道接入，提升核心数据渠道采集的实时性，应用AI多模态等技术手段，构建全域、全场景客户之声实时直联洞察系统，实现公域客户声音的实时维护与口碑管理；搭建客情直驱体系，建立高效闭环管理机制，实现高价值VOC的直达直驱与全链路管理，满足各业务对VOC数据实时采集、精准洞察与高效闭环管理的需求，助力ToC运营体系转型及客情直驱战略落地。 |  |  |  |
|  | 提供完整VOC运营管理策略，协同推进 VOC 运营方案落地执行，实现以下核心运营指标： |  |  |  |
|  | 1.核心数据源小时级（不超过4小时）轮巡采集与识别可视； |  |  |  |
|  | 2.咨询、建议声音100%闭环； |  |  |  |
|  | 3.抱怨声音100%闭环响应； |  |  |  |
|  | 4.VOC采纳率（高价值VOC）≥50%； |  |  |  |
|  | 5.客户声音实时共享闭环（包含各类原声共享、风险预警、报告共享等）； |  |  |  |
|  | 6.客户声音识别精准度，私域不低于90%，公域不低于85%；语音、视频转文本精准度不低于95%。 |  |  |  |
|  | 7.所有指标达成目标按项目过程中最高定义要求计算。 |  |  |  |
|  | 2、分项目标在严格遵守《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国数据安全法》、《中华人民共和国个人信息保护法》等相关安全法律法规的基础上，实现如下内容： |  |  |  |
|  | 目标1：数据源丰富1）私域数据全渠道覆盖：接入长安引力、长安启源、长安凯程、深蓝汽车、阿维塔品牌下相关内部数据，包含但不限于智慧交互中心系统数据、各品牌APP、云图系统（三包工单数据）、车机端、新直评系统、调研问卷系统数据、长安员工反馈数据（需项目建设）、CDP社群数据、体验官社群数据、短信平台数据等。 |  |  |  |
|  | 2）拓展公域主流渠道：拓展主流社媒和新媒体渠道，以及汽车媒体网站、用户投诉与维权平台、政府属性媒体的数据源。 |  |  |  |
|  | 3）语音、视频类别数据源转译后接入。目标2：数据时效性1）所有数据采集最长时间不超过T+1，即次日内完成数据采集和初步处理，且及时（8点00前）在前端可视化准确呈现； |  |  |  |
|  | 2）核心数据渠道T+小时级采集，满足微批调度等方式（数据源、时间等范围可设定），实现核心数据源小时级（最长不超过4小时）完成所有数据源增量或变量的轮巡采集与识别可视，确保关键客户声音、关键指标信息、关键业务场景信息能够被迅速采集、分析并用于处理闭环及决策支持，具体时间节点要求为每日8:00、12:00、16:00、20:00完成增量或变化数据更新。 |  |  |  |
|  | 目标3：精准度提升 |  |  |  |
|  | 1）视频、音频普通话语音识别准确率：≥95%； |  |  |  |
|  | 2）精准率：≥85%（公域）、≥90%（私域） |  |  |  |
|  | 3）召回率：≥85% |  |  |  |
|  | 4）OCR文本识别准确率：≥90% |  |  |  |
|  | 目标4：数据服务能力 |  |  |  |
|  | 1）智能问数：提供问答式数据查询，结合AI大模型的意图识别和逻辑推理能力以及客户之声（VOC）系统的数据分析能力，用户能够通过文字指令快速获得所需数据和可视化报表。 |  |  |  |
|  | 2）智能报告：满足基于不同主体关键词自定义输入，形成周度、月度、年度期刊；基于场景自动提取关键信息，包括情感倾向、热点话题，并生成报告结论。支持结合报告洞察提问，AI结合客户原声生成进一步结论。报告形式包括：word、pdf、PPT、视频、图片等 |  |  |  |
|  | 3）差异化主页：能够根据用户账号信息，如角色岗位、职级和订阅、关注的场景设置等，定制并展示相关内容的个性化主页系统，差异化展示包含分析总结的洞察内容； |  |  |  |
|  | 4）智能回评：AI自动生成话术并自动回复评论，人性化回复、口碑风向引导等，赋能VOC运营组或AI客服快速回帖。应具备回评内容安全审核工具和机制，保证内容遵守国家相关法律法规及道德伦理要求，可支持追溯回评内容、实时人工修正 |  |  |  |
|  | 5）移动端：支持功能包含但不限于异常提醒、总览看板、任务下发、预警监控、报告共享、闭环跟踪；主页重点聚焦各业务洞察场景的可视化页面，实现移动端和PC端的差异化个性主页。目标5：VOC闭环及评价管理 |  |  |  |
|  | 1）支持标准化API接口与其他业务系统进行信息互通，业务端有共享门户支持字段级（数据级）、报表级、报告级信息获取、订阅以及处置结果回传。 |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  | 3、项目建设内容与规划目标1)6月30日优先完成需求BRD和PRD的评审：项目建设内容和目标除本技术要求文档规定范围外，需同时满足现有长安汽车客户之声VOC平台所具备功能、项目调研需求、PRD技术文档要求，及UAT过程中bug与优化需求。且涉及业务需求中未提及的基础功能能力，项目产品经理需基于主流程和功能的完整性、顺畅性进一步提出补充完善； |  |  |  |
|  | 2)7月30前，优先完成：①核心数据接入，数据清洗，前端可视化应用；②大语言模型直接问数分析上线。 |  |  |  |
|  | ③客户体验统一代码的制定。 |  |  |  |
|  | 3)8月30日前，优先完成：①完成高价值VOC挖掘，及数据全场景可视化，核心报告在线； |  |  |  |
|  | ②风险预警及专题场景应用上线； |  |  |  |
|  | ③完成主动信息共享能力上线。 |  |  |  |
|  | 4)9月30日前，完成VOC主流程及功能上线：①完成客情直驱机制建立及功能建设上线，公域咨询VOC机器人自动回复，建议、抱怨等100%闭环管理，运营类、能力类指标达到目标80%水平； |  |  |  |
|  | ②建立量化评价指标体系，满足改善持续评价与驱动。5)11月30日前，完成项目所有内容上线，且运营类、能力类指标达到目标设定水平100%及以上（运营类、能力类指标达成，截止时间最迟不超过项目上线后2个月）。 |  |  |  |
|  | 三、项目范围1、总体要求1)本项目涉及的长安汽车旗下品牌全价值链各业务单位、经销商等； |  |  |  |
|  | 2)平台需要支持通过功能服务的充分解耦及灵活组合，充分满足多品牌（引力、深蓝、启源、凯程、阿维塔、核心竞品）、全渠道（公域、私域）、全场景（买、卖、用、修、服等）、全媒体数据（电话、在线、视频等），构建PC与移动端一体化平台服务。 |  |  |  |
|  | 3)项目需提供各场景完整的策略方案、系统实施落地、能力持续成长优化运营，乙方承诺使用到的AI算法、技术框架、大模型、对话框架等业内领先的基础能力，模型具备自动优化能力，维保期间免费更新及备案，符合底座技术规范的同时，技术能力长在底座上，最终确保方案实施效果满足客户高效自运营达成业务效果；验收及维保期间需定期开展核心运营指标检验，如未达到指标要求，需免费优化整改达成目标。 |  |  |  |
|  | 4)自定义配置界面、运营内容界面均满足前端管理人员自定义配置与管理。 |  |  |  |
|  | 5)基于平台要求满足不同品牌、交互、渠道、功能内容等多维度、多层级角色安全权限管理和权限自定义配置。 |  |  |  |
|  | 6)为完成项目目标、供应商为本项目提供的所有服务均为一次性收费，，包含本项目使用到的三方数据、软件服务。且使用无任何限制：包括用户量，并发量，横向扩展，部署多套环境、license等均无限制。需要交付所有源代码，长安承诺不做对外商用； |  |  |  |
|  | 7)基于安全策略要求，本项目按长安私有化或云等方式要求，支持部署多套环境； |  |  |  |
|  | 8)本项目包含周边系统对接，复用原有接口并进行一定调整，如果周边系统无资源，需要乙方协调配合； |  |  |  |
|  | 9)乙方要有本地实施的团队，如果开发进度缓慢，不能按期上线，根据业务要求，无条件增加人员驻场； |  |  |  |
|  | 10)项目上线验收以最终目标、效果为导向，建设内容满足全流程跑通、功能模块与能力完整。涉及部分需求解决方案，如乙方有更优平替解决方案（长安方认可），按更优方式进行执行； |  |  |  |
|  | 11)质保期间内平台或者产品有更新，基于满足业务需要免费升级； |  |  |  |
|  | 12)行业技术可实现的前提下，通用的业务场景须实现配置化，涉及项目所需的维表必须标准化、ID化建设（如车辆别名管理、客户体验代码、品牌别名管理、品牌或车系竞品管理、数据源管理、算法过滤正则关键词或ID、语料管理表、渠道管理表、VOC责任人或部门管理表等），且满足前端自定义业务运营；以及整体规划与提供项目所需的API标准接口，接口满足数据字段、数值范围自定义前端配置； |  |  |  |
|  | 13)详细需求覆盖技术要求+进场后调研需求所有内容（以邮件形式确认），项目建设期根据实现效果可以实时调整需求； |  |  |  |
|  | 14)本项目需要基于原客户之声系统，制定和提出新系统的建设策略，要确保在原系统领先能力上建设，以及保证新旧系统平稳替换，确保业务、能力的连续性 。同时承接原CA-DDM天王星版块内容，包含历史数据迁移，确保顺利替换，且功能及用户体验不低于原天王星。 |  |  |  |
|  | 15)乙方提供该项目安全方案，确保云上数据安全，安全要求不低于行业安全标准。 |  |  |  |
|  | 16)乙方提供相应资源清单和费用，确保后续运维和扩容费用不超过本项目的费用标准 |  |  |  |
|  | 17)乙方讲标时的附件材料也作为项目验收的依据 |  |  |  |
|  | 1. 本项目系统架构、算法能力等需满足至少三年数据增量、语料增量等情况下的业务系统正常运行。且需构建历史数据跑数机制，保障不影响历史全量数据跑数、增量跑数等，系统架构、算法能力需达到全渠道近2年全量跑数周期最长不超过5天，且不影响正常业务运行。涉及主流大模型厂商Saas大模型至少1000亿Token调用量（有效期3年），确保甲方能够正常集成使用系统所有功能。具体主流大模型厂商指DeepSeek、字节豆包、阿里通义、百度文心、腾讯混元、Kimi、智谱AI；涉及算法模型相关需求、建设内容，需同步发起长安汽车modelops管理流程，形成后续解决方案，强化统一管理；项目过程中优先使用天同机器学习平台、智能体开发工具、Canswer等长安内部工具，若无法使用或评估不满足需求，需要将算法能力解耦单独部署，在【盖亚API全生命周期系统-AI算法平台】目录下注册，实现统一纳管。 |  |  |  |
|  | 1. 本项目采取最低价中标方式，基于完整的技术要求，先期技术交流环节需提供基于需求的完整技术解决方案，基于统一评价标准，技术得分超过70分供应商方可进入商务报价环节。 |  |  |  |
|  | 1. 参考互联网架构，本项目范围内的系统/功能，满足7\*24小时可用；支持不停机发布（热发布，发布期间用户正常使用系统）；支持业务活动高并发情况下系统自动扩容、自动限流机制、确保瞬间高并发情况下，用户正常使用系统；PC端页面从点击到完全展现满足1,3,5要求（80%页面1秒内，10%页面3秒内）；移动端页面从点击到完全展现90%页面在1秒内完成；所有接口从请求到正常返回数据90%在200毫秒内；接口正常返回率99.99% |  |  |  |
|  | 1. 软硬件网络资源要求：本项目范围内所需新增的软件、数据、公有云硬件资源、网络（包括专线）资源、中间件资源，均由投标方承担，包括项目建设期和质保期内。 |  |  |  |
|  | 1. 当系统性能遇到瓶颈时，本系统可以水平扩展，分析系统问题，针对问题增加相关系统节点，重新进行负载均衡；也可以进行垂直扩展，在节点处理器，主存，存储或网络接口进行扩展时，系统可以垂直或向上扩展，以满足每个系统更多的请求，通过增加处理器数量或主存来扩展，以在同一硬件中托管更多的虚拟服务器，增加系统的吞吐量，降低系统延迟，使用户和系统的交互更好。 |  |  |  |
|  | 1. 保证平台开放性，承诺交付验收时提供全部源代码及相关说明文档。提供完整的数据接入及数据服务的接口及相关说明文档。提供产品完整的数据字典及相关说明文档。 |  |  |  |
|  | 1. 1. AI算法模型及工具可解耦部署，工具可独立复用，算法能力提供可复用的调用接口；2. 能明确算法模型相关能力设计方案及部署实施方案，可赋能自主掌控； |  |  |  |
|  | 1. 提供平台运维能力证明，承诺平台能支撑高并发，保证活动期间系统资源具备伸缩性，保证平台稳定，提供大数据平台升级过程截图证明，支持滚动升级能力，保证业务不中断，一次升级少量节点，循环滚动，直至集群所有节点完成升级能力。 |  |  |  |
|  | 1. 项目上线后，建立自动巡检机制，确保业务功能正常，数据准确，出现故障第一时间早于业务发现问题。 |  |  |  |
|  | 1. 后续运维中，涉及 数据接入+数据开发，运维供应商要有对应资质提供服务，保障数据安全；运维费用包括系统运维和数据运维（接入+开发），两类运维工作应可以独立进行，且总费用不超过本期项目建设费用的30% |  |  |  |
|  | 2、业务范围本项目涉及的业务领域为客户大数据所需的平台建设、AI算法能力、数据分析、闭环应用等。 |  |  |  |
|  | 3、项目需求本节仅通过文字描述来表达甲方的需求以及主要功能新增或优化需求，系统UI以及功能实施细节以双方确认的详细需求设计文档为准。优化与新增功能需确保与现有客户之声VOC系统无缝集成，保证原有功能的稳定运行。系统主要新增实现的主要功能如下：（图表略） |  |  |  |
|  | 备注说明：基于需求端到端管理，涉及部分建设需求，为保障模块完整性、易读性，报价时请剔除与忽略重复内容部分。 |  |  |  |
|  | 4.AI核心需求，需提供包含但不限于以下AI场景需求，提供完整的策略方案，以及建设落地，且算法能力需解耦单独部署，明确输入输出形成设计文档，在【盖亚API全生命周期系统-AI算法平台】目录下注册，实现长安公司统一纳管： |  |  |  |
|  | 1）数据爬虫：PRA机器人自动爬虫，实现长安自主可控 |  |  |  |
|  | 2）问题判断：构建AI实时自动识别客户主题、观点、情感 |  |  |  |
|  | 3）信息回复：AI机器人公域VOC自动回复与私信 |  |  |  |
|  | 4）智能问数：构建基不同主题智能问数能力 |  |  |  |
|  | 5）智能报表：构建基于不同主题报告智能生成能力 |  |  |  |
|  | 6）智能预警：构建数据变化情况，构建数据的预警预测能力，以及实时预警预测能力 |  |  |  |
|  | 7）智能总结：基于多维数据表，构建数据总结能力 |  |  |  |
|  | 8）新词发现：基于客户体验代码，针对新增VOC关键词能自学习，可用性80%以上。 |  |  |  |
|  | 包含提供公域数据爬虫能力、语音/图片/视频转文字能力、智能体回复能力（含公域场景）、数据分析模型能力、模型自动优化能力、预警能力。 |  |  |  |
|  | 4.项目指标要求：本项目包含运营类、能力类指标，项目交付前均需达成。指标的定义（图表略） |  |  |  |
|  | 四、项目假设1.客户之声VOC系统优化功能设计合理，使用人性化，模型效果可满足业务人员具体需求； |  |  |  |
|  | 2.基于对目前需求理解的一致； |  |  |  |
|  | 3.业务数据能够按照要求，进行数据标准的制定； |  |  |  |
|  | 4.相关业务系统能按要求，在本项目开发需要的时间内完成改造或建设； |  |  |  |
|  | 5.相关业务系统能按要求，将数据接入到数仓并能持续稳定提供数据抽取。 |  |  |  |
|  | 五、业务需求 1、总体流程 |  |  |  |
|  | 从听见声音、听清声音、听懂声音、应用改善四个维度升级客户之声VOC聆听系统。构建一个能全面收集、处理、洞察客户声音的系统，为研、产、供、销、运提供实时、全渠道、全品牌、全维度客户直联洞察平台，满足过程全透明、结果可评价、管理可驱动，快速驱动产品和服务的改善，提升企业的竞争力。 |  |  |  |
|  | 2、业务流程及主要功能按不同领域进行责任指定与任务指派，并对分发任务实现PDCA闭环管理，以及支持对相关任务改善效果进行有效分析和评价。 |  |  |  |
|  | 整体流程如下：（图表略） |  |  |  |
|  | 客户之声数据直驱机制如下所示：（图表略） |  |  |  |
|  | 3、系统报表要求设计长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目分析报表，根据业务需求，按需基于可视化界面端图表组件，通过拖拉拽完成定制图表的构建。可视化展示数据源接入初始情况分析、总体分析、按分类体系多维度分析、产品设计分析、产品质量分析、营销服务体验分析、关键词分析、业务个性化分析（对可识别身份客户，支持与客户行为数据、客户画像平台关联分析）。 基于不同业务应用场景下开展的业务报表开发，支持多种图形的自定义展示,包括但不限于以下图表类型，同时支持图表类型的自定义添加和删除功能。根据洞察，形成研、产、供、销四大领域报告及社群运营周报等专题分析结论性报告。（图表略） |  |  |  |
|  | 4、业务数据交互 —— 多维分析 |  |  |  |
|  | 要求客户之声VOC支持实现对客户声音的全方位综合分析，并以饼图、柱状图、折线图、表格等报表方式实现数据的呈现，支持数据的向下钻取，同时图形化的报表可支持以表格方式下载数据，核心业务场景支持可编辑的PPT、EXCEL报告，以支撑业务的个性化分析。 |  |  |  |
|  | 支持与客户行为数据、客户画像平台打通，实现关联分析。 |  |  |  |
|  | 相关个性化分析报告，支持共享。 |  |  |  |
|  | 5、业务用户量 |  |  |  |
|  | 长安汽车客户之声VOC聆听系统将在公司各部门及相关业务部门核心分析人员中应用，考虑到数据敏感性，规划未来3年内控制在10000人以内。相关可视化内容的响应时间虽将受限于硬件资源和查询请求的复杂程度，但要求500个并发时系统满足：（图表略） |  |  |  |
|  | 说明：（1）汇报报表：显示单指标的维度聚合报表，一般后台对应1个数据表，且为内存存储方式。 |  |  |  |
|  | （2）复杂报表：显示多指标的维度聚合报表，一般后台对应2个以上的数据表，且为内存存储方式。 |  |  |  |
|  | （3）明细报表：显示数据仓库最细颗粒度的明细报表，未经维度聚合的报表。 |  |  |  |
|  | 6、业务数据量 |  |  |  |
|  | 客户之声数据来源主要来自内部系统和外部数据，核心数据实现实时更新，所有数据每天更新，同时支持对历史数据的存储，未来5年内系统数据量将达到10T。 |  |  |  |
|  | 7、业务灾难恢复1）灾难场景假设 |  |  |  |
|  | 由于软件系统问题引起的系统宕机； |  |  |  |
|  | 系统硬件设备问题引起的系统宕机； |  |  |  |
|  | 系统设备所在机房的损毁； |  |  |  |
|  | 系统设备所在建筑的损毁。2）系统灾难恢复要求 |  |  |  |
|  | 软件系统问题引起的系统意外宕机恢复时间小于4小时； |  |  |  |
|  | 系统应7天进行自动备份一次； |  |  |  |
|  | 系统应保证每天24小时的连续正常运行。 |  |  |  |
|  | 3）备份与恢复解决方案要求要求提供满足灾难假设和灾难恢复要求的完整备份方案和恢复方案，包括备份数据库和应用； |  |  |  |
|  | 推荐合适的灾难恢复计划（包括应用及数据库恢复） |  |  |  |
|  | 7、其他硬件要求根据业务需求和应用场景，推荐合适的硬件配置和硬件部署拓扑图； |  |  |  |
|  | 在硬件拓扑图基础上推荐合适的软件部署方案。 |  |  |  |
|  | 项目周期内，要求应用在长安认可的服务器资源上进行部署，保证资源满足业务需求，且遵守国家法律法规要求，确保数据全生命周期安全，所提供的产品无条件支持跨云环境迁移或迁移至GDC机房，期间涉及的所有费用由该项目中标供应商承担。 |  |  |  |
|  | 六、系统平台1、总体要求 — |  |  |  |
|  | 下方是招标方给出的系统架构及相关硬件参考配置（包括所使用的服务器、数据库、服务器操作系统的配置参考信息），请参考该信息准备技术方案。如有特别需求，请在技术方案中明确列出，并给出需求原因。 （图表略） |  |  |  |
|  | 2、软件架构系统应用架构如下（完善）东南西北打开（图表略）系统架构说明如下： |  |  |  |
|  | 1)采用本地化部署 |  |  |  |
|  | 2)模型训练部分有独立的训练框架，方法和专门的GPU训练环境，由供应商提供资源并赋能方法，不影响系统的上线功能及使用。 |  |  |  |
|  | 3)在系统冗余设计上，所有组件采用冗余设计，保证系统可用性不低于99.99%。 |  |  |  |
|  | 系统中可能用到的软件清单如下,如不满足，请投标方按需补充。（图表略） |  |  |  |
|  | 3、硬件架构为满足业务数据保密和快速上线需求，项目整体采用私有化部署，投标方根据涉及的IT基础设施各方面对应用系统或业务的支撑情况进行分析、设计可用的硬件架构。 |  |  |  |
|  | 1)硬件架构图仅供参考：（图表略） |  |  |  |
|  | 2)本项目涉及到的所有GPU资源及应用系统资源均由供应商提供，项目验收前长安有资源后制定后期切换方案及完成落地。 |  |  |  |
|  | 3)预计硬件资源清单供应商请提前预估并做好准备，避免耽误项目开发周期； |  |  |  |
|  | 七、项目实施1、时间/计划 |  |  |  |
|  | 项目实施计划是指从项目启动到系统上线所需时间，需由供应商和招标方共同评估；项目实施周期不超过8个月（从项目启动到系统上线），其中用户测试时间不能少于0.5个月；上线后支持不少于12个月（不包含在实施期内）。 |  |  |  |
|  | 在技术方案中需提供项目详细实施计划，应包含：1. 需求分析（包括项目准备、项目启动）；2. 系统设计；3.系统构建（开发与系统测试：包括供应商测试（单元测试，集成测试，系统功能测试，系统性能测试，系统安全测试）、IT内部测试、用户测试）；4.系统部署；5. 上线支持； |  |  |  |
|  | 其中必须明确每项任务的负责人 |  |  |  |
|  | 其中必须明确每项任务的详细资源分布计划（1、支持人数；2、支持方式（如，现场支持/远程支持等）） |  |  |  |
|  | 其中必须明确每项任务的输入输出（文档、数据、资料等） |  |  |  |
|  | 其中必须明确各阶段交付项和验收标准 |  |  |  |
|  | 2、质量 |  |  |  |
|  | 要求项目实施符合招标方CA-ISDP流程及工作方法。项目实施需包括需求分析、系统设计、系统构建、系统部署和上线支持五个阶段，必须包含测试及培训等工作内容。 |  |  |  |
|  | 必须配合招标方关闭安全审计相关的问题；并按照招标方CA-ISDP流程配合我们完成相关的文档工作。 |  |  |  |
|  | 要求项目实施遵从招标方代码和质量管理相关要求，包括不限于《Java代码编写规范》、《重庆长安汽车股份有限公司IT项目质量管理手册》等规范标准。 |  |  |  |
|  | 要求项目实施遵从招标方相关体验质量相关要求（包含不限于《重庆长安汽车股份有限公司PC端软件界面视觉吸引性设计规范》、《重庆长安汽车股份有限公司PC端软件界面视觉吸引性设计标准》、《重庆长安汽车股份有限公司移动端软件界面视觉吸引性设计规范》、《重庆长安汽车股份有限公司移动端端软件界面视觉吸引性设计标准》），并在系统构建阶段完成后进行测评，通过测评方可上线 。 |  |  |  |
|  | 项目的代码必须全部在长安http://git.changan.com统一代码仓上管理。支持代码导出后本地正常构建、编译、运行。 |  |  |  |
|  | java类的项目构建与部署必须使用长安统一构建系统http://gaia.changan.com/devops/，确保代码仓、测试环境发布应用、生产环境发布应用保持一致。 |  |  |  |
|  | 测试用例、测试缺陷管理必须使用长安统一测试管理系统 |  |  |  |
|  | 上传的代码质量检查报告检测时间为上线当月的(有JAVA源码交付给长安的项目 ) |  |  |  |
|  | 3、信息安全技术要求本项目按照“安全三同时”原则符合招标方关安全管理相关要求，包含不限于《信息系统建设安全控制管理程序》等。按照招标方应用开发安全设计方案，进行安全开发实现，主要包括： |  |  |  |
|  | 通用应用功能安全实现类，包括双因素认证、二次验证（签名等）、菜单级以上全局权限控制、安全审计、数据识别、数据接入控制、用户敏感操作行为审批流程功能等； |  |  |  |
|  | 1、增强应用安全功能实现，包括数据脱敏、数据加密、数据水印等；说明：可依赖招标方提供的安全能力组件环境。 |  |  |  |
|  | 2、安全配置实现，应按照招标方安全基线及安全策略要求，进行应用开发安全配置。 |  |  |  |
|  | 3、招标方进行安全验证发现的安全问题，投标方应快速整改，直至招标方安全验证通过为止。 |  |  |  |
|  | 4、供应商应按照信息安全技术要求，严格进行安全相关测试和缺陷关闭，确保交付的系统或功能不存在安全漏洞；并在上线前通过招标方的安全测评审查。 |  |  |  |
|  | 4、培训要求提供业务用户培训，能满足用户日常使用系统的要求。 |  |  |  |
|  | 要求提供数据库管理员培训，能满足系统日常数据库维护、问题处理、数据库升级的要求。 |  |  |  |
|  | 要求提供系统维护人员培训，能满足系统日常维护、问题处理、系统升级的要求。 |  |  |  |
|  | 所有培训必须是到现场进行的，培训前必须提供相关培训材料和制定培训计划。 |  |  |  |
|  | 5、项目交付物项目交付物必须符合招标方以下交付物标准及要求：： |  |  |  |
|  | 全部程序代码，应按照长安《IT软件项目代码配置管理程序》要求上传到长安配置库。 |  |  |  |
|  | 必须提交包含但不局限于以下项目文档：（图表略） |  |  |  |
|  | 6、组织架构及人员要求在技术方案中需提供实施团队组织架构、项目成员清单包括人员姓名、项目职位、职责、资质及任务；该清单需和项目实施计划中的负责人有所对应，以明确职责和任务。 |  |  |  |
|  | 具有跨软件开发、平台架构、用户运营等经验的服务团队，并驻场为长安提供定制化现场服务，业务策略专家、项目经理、技术经理、产品经理、运营经理、测试经理每个岗位均需经过长安面试通过，其他要求如下： |  |  |  |
|  | ·项目成员清单需满足并体现以下要求：业务策略专家1名，必须具备VOC全流程端到端闭环设计、建设、运营等项目经验，不少于5年；项目经理不少于1人，必须具备大型项目管理经验，不少于8年；系统分析设计人员（系统架构师）不少于1人，必须具备客户之声VOC类系统设计开发经验，并且开发经验不少于8年；产品经理不少于1人，必须具备客户之声VOC类系统产品设计经验，并且产品设计经验不少于8年；系统开发人员必须不少于10人，必须具备5年开发经验；UI设计人员必须不少于1人，并且设计经验不少于5年；系统测试人员必须不少于1人，必须具备客户之声VOC类系统测试经验，且测试人员不能由本项目的设计和开发人员兼任；客户之声VOC运营专家不少于4人，必须具备客户之声VOC运营5年以上经验，（需具备至少2名VOC业务闭环运营、1名AI场景与算法运营、1名精准度运营等经验）。 |  |  |  |
|  | 项目目建设初期，投标方需要弹性保证足够的人力资源投入（非临时招聘，在本公司工作1年及以上）至少保证30人左右的团队专职与本项目服务，现场不少于20人，项目关键人员由招标方审核通过后入项。 |  |  |  |
|  | 项目实施过程中，原则上不允许项目组成人员的调整和变化。如投标方遇有人员变化需要提前申报招标方，必须保证项目进度不受人员变动影响（1、变化前后的人员资质相当；2、当前阶段所有项目工作顺利交接），需提前至少一个月工作交接，并经甲方项目负责人同意后方可。 |  |  |  |
|  | ·运维期间：从项目启动建设到质保运营一年内，除提供系统正常运维工作1-2名专员外，中标方需提供VOC运营专人（交付到运维结束期间至少专人2人），提供策略、实施推进、运营提升等服务内容，保证本项目所需的能力，以及运营目标效果全面达成；以及中标方需提供足够的运维人员，保证日常系统正常运维外，按需提供历史跑数、AI算法优化、数据接入与清新、平台前后端能力优化等，保证平台能持续满足业务需求； |  |  |  |
|  | 项目实施、开发和服务工作不允许转包给其他个人或公司（除因项目本身需求，需补充项目缺失或不足的专业能力或经验，经过长安汽车书面同意情况除外）。 |  |  |  |
|  | 现场办公：中标单位需按长安要求及时驻场，以及中标单位需提供集中办公所需场地（办公场地要求，不超过长安汽车VOC业务团队办公地点2公里的范围）。 |  |  |  |
|  | 投标方人员在招标方现场办公，必须遵守现场公司的、项目组的相关制度（保密制度、上班制度、安全管理、投标方人员考勤制度等）； |  |  |  |
|  | 7、项目实施方法 |  |  |  |
|  | 根据项目的关键节点及实施进展情况，要求以定期和不定期的方式做项目汇报。其中包括： |  |  |  |
|  | 1）每1周一次的项目状态汇报，每月最后一周会议，中标单位资源决策层级人员需参会； |  |  |  |
|  | 2）项目阶段性状态关闭汇报，在项目阶段性节点关闭时，要对项目的完成状态进行汇报； |  |  |  |
|  | 3）其他招标方要求的不定期的项目报告。 |  |  |  |
|  | 要求定义项目变更控制流程，以管控项目范围和进度； |  |  |  |
|  | 需提供其他有利于项目时间/质量/费用控制的方法及策略 |  |  |  |
|  | 需明确任何造成项目时间、质量和费用不满足业务要求时投标方应承担的责任 |  |  |  |
|  | 8、项目变更 |  |  |  |
|  | 要求系统在建设期间及上线后3个月内免费支持项目范围内的所有变更，在质保期间为了用户有更好的使用体验，允许有15%的新增需求或变更需求。 |  |  |  |
|  | 九、系统服务9.1项目上线后，供应商须无条件支持部署迁移，包含数据等，迁移具体标准以长安确定方案为准。 |  |  |  |
|  | 9.2项目验收后，需要提供1年免费系统维护的支持（包括问题咨询、系统bug的解决、系统巡检等），以及升级服务方案。要求提供7×24小时在线专家支持服务。要求在技术方案中明确服务人员清单及服务方式承诺。 |  |  |  |
|  | 9.3供应商需提供自本项目建设上线后，未来3年内需要持续产生的服务项（包括软件技术支持、云服务等）、计费方式、计费标准、服务级别等。 |  |  |  |
|  | 9.4 本项目提供的所有服务均为一次性收费 |  |  |  |
|  | 9.5本项目的软件/服务的使用无任何限制：包括用户量，并发量，横向扩展，部署多套环境、license等均无限制。 |  |  |  |
|  | 项目全生命周期内需明确的服务类别、等级、条款，需包含以下内容： |  |  |  |
|  | 问题等级及响应时间； |  |  |  |
|  | 服务方式； |  |  |  |
|  | 服务费用； |  |  |  |
|  | 服务支持内容（图表略） |  |  |  |
|  | 十、验收条件和标准1、验收条件项目交付物完整（包括但不限于CA-ISDP要求）； |  |  |  |
|  | 在系统上线运行稳定，达到质量要求后6个月进行验收； |  |  |  |
|  | 若出现招标方规定的中等及以上的错误，则需从该错误修复后重新作为起始点，6个月进行验收； |  |  |  |
|  | 必须通过招标方的安全评测后才能正式上线运行与验收项目。 |  |  |  |
|  | 2、验收标准投标方依据项目进度完成各阶段的实施任务，并作好验收的准备工作后，向招标方提出验收申请，由招标方负责组织进行项目合同验收，双方项目经理对项目验收报告进行确认和签字以完成最终验收。 |  |  |  |
|  | 十一、安全保密投标方需严格遵守招标方的各项安全管理要求； |  |  |  |
|  | 涉及到招标方所有的信息、数据、软件系统，投标方都必须承诺严格遵守保密规定，不得对外泄露； |  |  |  |
|  | 十二、知识产权1.投标方为招标方设计、开发的成果，其所有知识产权完全属于招标方所有，包含但不限于项目实施过程中所产生的文档、数据字典及客户化源代码等。 |  |  |  |
|  | 2. 供应商必须提供源代码及源代码验证机制（包含但不限于源代码、源代码清单、开发环境搭建（含安装配置手册）、源代码验证方法等），提供所有的《数据字典》，ER图。 |  |  |  |
|  | 3.投标方不得以转让、出售等方式将具有招标方知识产权的产品交付第三方； |  |  |  |
|  | 4.投标方应确保所提供的产品、服务或第三方技术或软件不存在版权纠纷。 |  |  |  |
|  | 5.长安汽车基于供应商提供的产品源代码进行优化、改善，基于此产出的成果（如系统或产品）的知识产权完全归属长安汽车所有。 |  |  |  |
|  | 6.供应商所提供的源代码，后期迭代开发，以长安汽车为主，供应商不得存在技术捆绑。 |  |  |  |
|  | 7.供应商不得以转让、出售等方式将具有长安汽车知识产权的内容交付第三方。 |  |  |  |
|  | 8.供应商应确保所提供的产品、服务、第三方技术及组件、软件许可等不存在版权和使用纠纷。 |  |  |  |
|  | 9.本期项目内必须有不少于一项软著产生。 |  |  |  |
|  | 十三、违约处罚投标方必须承诺遵守本招标要求条款和合作过程管理条款，若有违反，则视为违约，招标方有权按以下方式进行处理，具体条款包括但不限于以下：（加粗项为《IT采购技术团队操作细则》要求项，项目组可根据项目实际要求在此基础上增加适度的考核条款，本括号内容正式文档请删除）（图表略） |  |  |  |
|  | 十五、其他本文档（技术要求）投标方（本系统供应商）仅可用作了解业务概况、项目要求、服务要求，并进行合同报价。项目验收前系统所需要实现的功能以投标方（本系统供应商）在完成需求调研后和招标方所签订的需求调研文档中的约定为准。 |  |  |  |
| 采购文件（含补充通知、答疑纪要）中规定的其他一般项内容 | |  |  |  |
| 一般项条款偏离数 | |  |  |  |
| 结论 | |  |  |  |

注：1、一般项评审最大允许偏离项数为4项，即：偏离项数达到或超过5项将导致其报价被否决。

2、一般项评审不合格不进入价格评审；

**附表四：****价格关键条款评审表**

项目编号： CA25B2E4A0008 项目名称：长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **评审项目** | | | **评审标准** | **供应商** | | |
|  | **序号** | **评审因素** | **供应商1** | **供应商2** | **。。。** |
| **★**关键价格条款 | 1 | 分项报价表 | 报价时需提供分项报价表，否则将导致报价被否决 |  |  |  |
| 2 | 备选方案 | 本次询价采购不接受备选方案，不接受选择性报价或具有附加条件的报价 |  |  |  |
| 3 | 报价严重错误（如有） | 供应商应严格按照分项报价表进行分项及报价总价报价，如出现供应商填写严重错误导致评审委员会无法正常评审，评审委员会有权否决其报价。 |  |  |  |
| 4 | 价格修正(如有) | 如供应商不接受价格修正后的评审价格，评审委员会将否决其报价； |  |  |  |
| 5 | 报价缺漏项（如有） | 如供应商确认报价缺漏项不包含在报价总价中的，评审委员会应当否决其报价。 |  |  |  |
| 6 | 恶意报价行为 | 如供应商报价出现明显低于市场行情，或者采用不平衡报价方式可能造成后期项目执行风险，经评审委员会认定属于恶意报价行为的，评审委员会应当否决其报价。 |  |  |  |
| 结论 | | | |  |  |  |

注：本评审项下仅在供应商的报价出现评审因素涉及内容的情况下，才涉及相关评审。如供应商的报价未出现评审因素涉及内容，一律按合格处理。

**附表五：价格评审表**

项目编号： CA25B2E4A0008 项目名称：长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **供应商** |  |  |  |  |  |
| **报价总价(权重后，元，不含税)** |  |  |  |  |  |
| **算术修正值** |  |  |  |  |  |
| **算术修正后的报价总价（权重后，元，不含税）** |  |  |  |  |  |
| **供货范围偏离** |  |  |  |  |  |
| **一般条款偏离** |  |  |  |  |  |
| **评审价格（权重后，元，不含税）** |  |  |  |  |  |
| **评审排序** |  |  |  |  |  |

# 第四章 项目采购要求

## 一、基本要求

★1.1 只允许供应商有一个报价方案，否则，其报价将被否决。

1.2本章中标注“★”形符号的为关键性要求，对这些关键性要求的任何一项向下偏离都将导致其报价被否决。

## 二、报价表（详见附件1：分项报价表）

详见分项报价表。

备注：

1）报价所含货物及设计技术资料即卖方提供给买方的全部货物和服务，应能完全满足采购文件要求的所有要求。

★2）报价总价及分项报价中均不得包含选项报价或附加条件内容，否则，其报价将被拒绝。

## 三、商务报价要求

3.1供应商必须在报价截止日期前通过南方数字供应链平台，按照采购文件的要求填写报价信息并按照要求上传文件。

3.2供应商可利用南方数字供应链平台的网络制作或上传报价文件，但由于网络原因引起的任何制作或上传报价文件不成功的，南方数字供应链平台不承担任何责任，责任由供应商自行承担。

3.3 价格信息以不含税总价为准，若供应商在报价页面中有最终优惠报价，则以最终优惠报价作为报价总价参与评审及签订合同。特别说明：报价页面中报价总价与最终优惠报价为同一报价。如报价页面中为最终优惠报价，而分项报价表为优惠前的报价总价，则以最终优惠报价与优惠前报价总价的百分比为准，对分项报价表中参与评审的单项报价进行折算，按折算后的单项价格参与价格评审及签订合同。

3.4 供应商应按系统中本项目规定的分项报价表进行价格填报，包括所有单价和总价。

3.5 供应商应根据递交的方案进行总价报价，总价中应包括但不限于分项报价表中列出的内容。如分项报价表中已经列出但实际询价方案中不涉及的内容，不计入总价。

3.6 分项报价表（详见附件1：分项报价表）

3.6.1供应商除在平台中进行报价外，还应在报价文件中按附件格式逐项填写分项报价表，并将签字盖章版分项报价表以PDF（或扫描件）形式与Word或Excel格式一起打包上传至系统中。

3.6.2系统中报价总价（最终优惠报价）与分项报价表（优惠前的报价总价折算成最终优惠报价，分项报价进行对应折算）中价格不一致时，评审委员会按以下原则进行修正：

3.6.2.1如果数字表示的金额和用文字表示的金额不一致时，应以文字表示的金额为准。

3.6.2.2 若单价计算的结果与总价不一致，以单价为准修改总价。但单价金额小数点有明显错误的除外。

★3.6.3系统中报价总价与分项报价表中价格（优惠前的报价总价折算成最终优惠报价，分项报价进行对应折算）不一致，供应商拒绝按评审委员会及采购人要求进行修正的，将导致其报价被否决。

★3.7供应商未按照分项报价表格内已明确了的单位、金额、项目、天数进行报价的，需承诺采购文件中明确列出的费用项为免费赠送项，长安汽车不再支付任何额外费用，否则视为无效报价，并取消中选资格；

★3.8对于严重偏离市场价格的报价行为，视为无效报价并取消中选资格。

3.9所有报价中均包含利润、其他支出等总费用。

## 

## 四、其它要求

**4.1讲标：每家讲标20分钟 +答疑10分钟，应以ppt形式展现，作为报价文件的组成部分，一并提交至南方数字供应链平台;涉及到数字营销系统演示需通过网页打开方式演示.**

**提案时间： 2025年5月20日14时00分**

**本项目讲标方式为视频讲标，具体讲标软件使用：腾讯会议，讲标顺序以平台上报名顺序为准，由项目经理统一通知各供应商。**

**4.4供应商应签署并在报价文件中作为附件提供《附件：承诺函 -长安（与初步评审其他资料打包上传）》**

**供应商须仔细阅读附件《中国兵器装备集团有限公司招标投标交易平台诚信管理制度》，如出现文中列举投标人（供应商）失信行为，报价将被否决，并承担相关法律责任及由此产生的一切不良后果。”**

**4.5南方数字供应链平台具备记录供应商IP地址的功能，根据《中国兵器装备集团有限公司招标投标交易平台诚信管理制度》以及国家相关法律法规要求，不同供应商下载或上传电子文件的IP地址完全一致，且无法做出合理解释和证明的，属于或视为供应商串通报价，其报价文件均被否决，并承担一切相关责任和后果。**

第五章 技术要求

**长安汽车客户之声VOC聆听系统建设****项目技术要求**

**（系统实施类模板）**

**编写要求**

1、本模板适用于系统实施类项目的技术要求编写。

2、要求逐项认真填写，文字表达明确严谨、用词精练、术语规范。

3、红色字体部分由项目组自行编写，黑色字体建议采用（可适当调整）。

4、\*号条款由项目组自行确定，但不宜过多，建议3-5条为宜。

5、字体一律用宋体，正文字号为小四号（封面标题为一号加粗，其他为三号加粗）。

**目 录**

[目 录 3](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\k37d10#_Toc1488420)

[一、项目背景 4](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\p5oej7#_Toc1488421)

[二、项目目标 4](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\2rs4ld#_Toc1488422)

[1、总体目标 4](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\d1pp0i#_Toc1488423)

[2、分项目标 4](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\8s8gcg#_Toc1488424)

[三、项目范围 4](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\w3uuao#_Toc1488425)

[四、项目假设 4](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\u5rnxi#_Toc1488426)

[五、业务需求 4](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\q78bkg#_Toc1488427)

[1、总体流程 4](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\k8t38k#_Toc1488428)

[2、业务流程及主要功能 4](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\d74h6e#_Toc1488429)

[3、系统报表 4](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\s5vf0i#_Toc1488430)

[4、业务数据交互 4](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\7q1t9z#_Toc1488431)

[5、业务用户量 5](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\tarqui#_Toc1488432)

[6、业务数据量 5](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\l4oenu#_Toc1488433)

[7、业务灾难恢复 5](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\aya9do#_Toc1488434)

[六、系统平台 6](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\azc2cg#_Toc1488435)

[1、总体要求 6](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\3gf86l#_Toc1488436)

[2、软件架构 6](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\bw31o0#_Toc1488437)

[3、硬件架构 6](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\8avch1#_Toc1488438)

[七、项目实施 6](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\h0xs1z#_Toc1488439)

[1、时间/计划 6](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\mqh76n#_Toc1488440)

[2、质量 7](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\9cxuty#_Toc1488441)

[3、信息安全技术要求 7](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\53e6zl#_Toc1488442)

[4、培训 7](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\0fppvt#_Toc1488443)

[5、测试 7](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\f7pwk0#_Toc1488444)

[6、项目交付物 8](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\uf9n9v#_Toc1488445)

[7、组织架构 9](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\hgoy9b#_Toc1488446)

[8、项目实施方法 9](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\hp8138#_Toc1488447)

[9、项目变更 10](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\cj066e#_Toc1488448)

[八、投标方资质 10](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\0p5qfg#_Toc1488449)

[九、系统服务 10](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\nfs253#_Toc1488450)

[十、验收条件和标准 12](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\umrpj4#_Toc1488451)

[1、验收条件 12](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\w7n6oi#_Toc1488452)

[2、验收标准 13](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\dafvwq#_Toc1488453)

[十一、安全保密 13](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\g03k0h#_Toc1488454)

[十二、知识产权 13](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\9d9ndd#_Toc1488455)

[十三、违约处罚 13](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\nv0twi#_Toc1488456)

[十五、其他 16](file:///C:\Users\a\Documents\WXWork\1688852783317713\Cache\File\2025-04\knap5t#_Toc1488457)

**一、项目背景**

2024年公司开启创新传播“人民战争”，各品牌、公司高管纷纷建立官方社媒账号，全面ToC；流量有了，但账号运营体系不够完善，闭环管理不足，主要体现在客户声音缺乏系统性的运营管理，投诉、抱怨未有效快速跟进处理，建议声音未得到及时传递和采纳。

以客户为中心是企业取得成功的关键。通过积极聆听客户之声（Voice of the Customer, VOC），我们能够深入理解客户需求，从而打造出极致的产品服务体验，以满足甚至超越客户的期望。为此，企业亟需构建一个能全面收集、处理、洞察客户声音的系统，为研、产、供、销、运提供实时、全渠道、全品牌、全维度客户直联洞察系统，满足过程全透明、结果可评价、管理可驱动，快速驱动产品和服务的改善，提升企业的竞争力。

目前，企业在客户之声VOC聆听项目的实施上已取得初步成果，但在满足业务现有需求方面仍存在明显差距：

（1）全渠道的VOC管理不足：客户声音缺乏系统性的运营管理，以及缺乏闭环管理机制；

（2）数据源覆盖、数据类型、时效性不足：内部数据源以乘用车渠道为主，其他品牌覆盖不足；主流外部数据源接入方面存在明显不足，特别是对主流社交媒体和新媒体数据等系统获取能力有限，且视频、音频、图片等数据未接入，及数据采集时效性不足；

（3）算法能力和智能化程度不足：现有算法基于传统的自然语言处理方法（缺乏上下文联义、知识问答能力、多模态处理能力等——匹配业务的问题达成业务目的）。对于新兴的AIGC（生成式大语言模型）等AI技术应用不够，导致精准度和算法能力未能达到行业领先水平。这在处理复杂多变的市场信息和客户反馈时尤为明显，影响了决策的科学性和有效性。

（4）应用闭环不足：企业在信息主动赋能、直接阅读性和专题场景洞察方面不足。同时，系统缺乏高效闭环管理机制和功能，难以实时风险预警与高效闭环，以及无法实现事前预警监控、事中直达直驱、事后评价管理，客户声音全面闭环管理。

（5）算法、运维架构升级——避免硬件资源指数增长；

为了解决与提升上述问题，计划开展本期客户之声系统优化迭代。

**二、项目目标**

**1、总体目标**

创新创业8.0战略要求，客户经营向ToC运营体系转变，构建互动直联、主动直服、客情直驱的全球化客户运营体系，客户部统筹客户之声的闭环管理，承接客情直驱战略。现VOC1.0系统功能不全，公域官方账号下咨询声音无响应、建议未及时传递和采纳、投诉抱怨未有效快速处理，无法实现全面实时公域客户声音闭环管理。基于此，将全面升级VOC系统能力，内部数据全渠道接入，外部主流社媒及新媒体数据渠道接入，提升核心数据渠道采集的实时性，应用AI多模态等技术手段，构建全域、全场景客户之声实时直联洞察系统，实现公域客户声音的实时维护与口碑管理；搭建客情直驱体系，建立高效闭环管理机制，实现高价值VOC的直达直驱与全链路管理，满足各业务对VOC数据实时采集、精准洞察与高效闭环管理的需求，助力ToC运营体系转型及客情直驱战略落地。

提供完整VOC运营管理策略，协同推进 VOC 运营方案落地执行，实现以下核心运营指标：

1.核心数据源小时级（不超过4小时）轮巡采集与识别可视；

2.咨询、建议声音100%闭环；

3.抱怨声音100%闭环响应；

4.VOC采纳率（高价值VOC）≥50%；

5.客户声音实时共享闭环（包含各类原声共享、风险预警、报告共享等）；

6.客户声音识别精准度，私域不低于90%，公域不低于85%；语音、视频转文本精准度不低于95%。

7.所有指标达成目标按项目过程中最高定义要求计算。

**2、分项目标**

在严格遵守《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国数据安全法》、《中华人民共和国个人信息保护法》等相关安全法律法规的基础上，实现如下内容：

**目标1：数据源丰富**

1）私域数据全渠道覆盖：接入长安引力、长安启源、长安凯程、深蓝汽车、阿维塔品牌下相关内部数据，包含但不限于智慧交互中心系统数据、各品牌APP、云图系统（三包工单数据）、车机端、新直评系统、调研问卷系统数据、长安员工反馈数据（需项目建设）、CDP社群数据、体验官社群数据、短信平台数据等。

2）拓展公域主流渠道：拓展主流社媒和新媒体渠道，以及汽车媒体网站、用户投诉与维权平台、政府属性媒体的数据源。

3）语音、视频类别数据源转译后接入。

**目标2：数据时效性**

1）所有数据采集最长时间不超过T+1，即次日内完成数据采集和初步处理，且及时（8点00前）在前端可视化准确呈现；

2）核心数据渠道T+小时级采集，满足微批调度等方式（数据源、时间等范围可设定），实现核心数据源小时级（最长不超过4小时）完成所有数据源增量或变量的轮巡采集与识别可视，确保关键客户声音、关键指标信息、关键业务场景信息能够被迅速采集、分析并用于处理闭环及决策支持，具体时间节点要求为每日8:00、12:00、16:00、20:00完成增量或变化数据更新。

**目标3：精准度提升**

1）视频、音频普通话语音识别准确率：≥95%；

2）精准率：≥85%（公域）、≥90%（私域）

3）召回率：≥85%

4）OCR文本识别准确率：≥90%

**目标4：数据服务能力**

**1）智能问数：**提供问答式数据查询，结合AI大模型的意图识别和逻辑推理能力以及客户之声（VOC）系统的数据分析能力，用户能够通过文字指令快速获得所需数据和可视化报表。

**2）智能报告：**满足基于不同主体关键词自定义输入，形成周度、月度、年度期刊；基于场景自动提取关键信息，包括情感倾向、热点话题，并生成报告结论。支持结合报告洞察提问，AI结合客户原声生成进一步结论。报告形式包括：word、pdf、PPT、视频、图片等

**3）差异化主页：**能够根据用户账号信息，如角色岗位、职级和订阅、关注的场景设置等，定制并展示相关内容的个性化主页系统，差异化展示包含分析总结的洞察内容；

**4）智能回评：**AI自动生成话术并自动回复评论，人性化回复、口碑风向引导等，赋能VOC运营组或AI客服快速回帖。应具备回评内容安全审核工具和机制，保证内容遵守国家相关法律法规及道德伦理要求，可支持追溯回评内容、实时人工修正

**5）移动端：**支持功能包含但不限于异常提醒、总览看板、任务下发、预警监控、报告共享、闭环跟踪；主页重点聚焦各业务洞察场景的可视化页面，实现移动端和PC端的差异化个性主页。

**目标5：VOC闭环及评价管理**

1）支持标准化API接口与其他业务系统进行信息互通，业务端有共享门户支持字段级（数据级）、报表级、报告级信息获取、订阅以及处置结果回传。

**3、项目建设内容与规划目标**

1. 6月30日优先完成需求BRD和PRD的评审：项目建设内容和目标除本技术要求文档规定范围外，需同时满足现有长安汽车客户之声VOC平台所具备功能、项目调研需求、PRD技术文档要求，及UAT过程中bug与优化需求。且涉及业务需求中未提及的基础功能能力，项目产品经理需基于主流程和功能的完整性、顺畅性进一步提出补充完善；
2. 7月30前，优先完成：

①核心数据接入，数据清洗，前端可视化应用；

②大语言模型直接问数分析上线。

③客户体验统一代码的制定。

1. 8月30日前，优先完成：

①完成高价值VOC挖掘，及数据全场景可视化，核心报告在线；

②风险预警及专题场景应用上线；

③完成主动信息共享能力上线。

1. 9月30日前，完成VOC主流程及功能上线：

①完成客情直驱机制建立及功能建设上线，公域咨询VOC机器人自动回复，建议、抱怨等100%闭环管理，运营类、能力类指标达到目标80%水平；

②建立量化评价指标体系，满足改善持续评价与驱动。

1. 11月30日前，完成项目所有内容上线，且运营类、能力类指标达到目标设定水平的100%及以上（运营类、能力类指标达成，截止时间最迟不超过项目上线后2个月）。

**三、项目范围**

1、总体要求

1)本项目涉及的长安汽车旗下品牌全价值链各业务单位、经销商等；

2)平台需要支持通过功能服务的充分解耦及灵活组合，充分满足多品牌（引力、深蓝、启源、凯程、阿维塔、核心竞品）、全渠道（公域、私域）、全场景（买、卖、用、修、服等）、全媒体数据（电话、在线、视频等），构建PC与移动端一体化平台服务。

3)项目需提供各场景完整的策略方案、系统实施落地、能力持续成长优化运营，乙方承诺使用到的AI算法、技术框架、大模型、对话框架等业内领先的基础能力，模型具备自动优化能力，维保期间免费更新及备案，符合底座技术规范的同时，技术能力长在底座上，最终确保方案实施效果满足客户高效自运营达成业务效果；验收及维保期间需定期开展核心运营指标检验，如未达到指标要求，需免费优化整改达成目标。

4)自定义配置界面、运营内容界面均满足前端管理人员自定义配置与管理。

5)基于平台要求满足不同品牌、交互、渠道、功能内容等多维度、多层级角色安全权限管理和权限自定义配置。

6)为完成项目目标、供应商为本项目提供的所有服务均为一次性收费，，包含本项目使用到的三方数据、软件服务。且使用无任何限制：包括用户量，并发量，横向扩展，部署多套环境、license等均无限制。需要交付所有源代码，长安承诺不做对外商用；

7)基于安全策略要求，本项目按长安私有化或云等方式要求，支持部署多套环境；

8)本项目包含周边系统对接，复用原有接口并进行一定调整，如果周边系统无资源，需要乙方协调配合；

9)乙方要有本地实施的团队，如果开发进度缓慢，不能按期上线，根据业务要求，无条件增加人员驻场；

10)项目上线验收以最终目标、效果为导向，建设内容满足全流程跑通、功能模块与能力完整。涉及部分需求解决方案，如乙方有更优平替解决方案（长安方认可），按更优方式进行执行；

11)质保期间内平台或者产品有更新，基于满足业务需要免费升级；

12)行业技术可实现的前提下，通用的业务场景须实现配置化，涉及项目所需的维表必须标准化、ID化建设（如车辆别名管理、客户体验代码、品牌别名管理、品牌或车系竞品管理、数据源管理、算法过滤正则关键词或ID、语料管理表、渠道管理表、VOC责任人或部门管理表等），且满足前端自定义业务运营；以及整体规划与提供项目所需的API标准接口，接口满足数据字段、数值范围自定义前端配置；

13)详细需求覆盖技术要求+进场后调研需求所有内容（以邮件形式确认），项目建设期根据实现效果可以实时调整需求；

14)本项目需要基于原客户之声系统，制定和提出新系统的建设策略，要确保在原系统领先能力上建设，以及保证新旧系统平稳替换，确保业务、能力的连续性 。同时承接原CA-DDM天王星版块内容，包含历史数据迁移，确保顺利替换，且功能及用户体验不低于原天王星。

15)乙方提供该项目安全方案，确保云上数据安全，安全要求不低于行业安全标准。

16)乙方提供相应资源清单和费用，确保后续运维和扩容费用不超过本项目的费用标准

17)乙方讲标时的附件材料也作为项目验收的依据

1. 本项目系统架构、算法能力等需满足至少三年数据增量、语料增量等情况下的业务系统正常运行。且需构建历史数据跑数机制，保障不影响历史全量数据跑数、增量跑数等，系统架构、算法能力需达到全渠道近2年全量跑数周期最长不超过5天，且不影响正常业务运行。涉及主流大模型厂商Saas大模型至少1000亿Token调用量（有效期3年），确保甲方能够正常集成使用系统所有功能。具体主流大模型厂商指DeepSeek、字节豆包、阿里通义、百度文心、腾讯混元、Kimi、智谱AI；涉及算法模型相关需求、建设内容，需同步发起长安汽车modelops管理流程，形成后续解决方案，强化统一管理；项目过程中优先使用天同机器学习平台、智能体开发工具、Canswer等长安内部工具，若无法使用或评估不满足需求，需要将算法能力解耦单独部署，在【盖亚API全生命周期系统-AI算法平台】目录下注册，实现统一纳管。
2. 本项目采取最低价中标方式，基于完整的技术要求，先期技术交流环节需提供基于需求的完整技术解决方案，基于统一评价标准，技术得分超过70分供应商方可进入商务报价环节。
3. 参考互联网架构，本项目范围内的系统/功能，满足7\*24小时可用；支持不停机发布（热发布，发布期间用户正常使用系统）；支持业务活动高并发情况下系统自动扩容、自动限流机制、确保瞬间高并发情况下，用户正常使用系统；PC端页面从点击到完全展现满足1,3,5要求（80%页面1秒内，10%页面3秒内）；移动端页面从点击到完全展现90%页面在1秒内完成；所有接口从请求到正常返回数据90%在200毫秒内；接口正常返回率99.99%
4. 软硬件网络资源要求：本项目范围内所需新增的软件、数据、公有云硬件资源、网络（包括专线）资源、中间件资源，均由投标方承担，包括项目建设期和质保期内。
5. 当系统性能遇到瓶颈时，本系统可以水平扩展，分析系统问题，针对问题增加相关系统节点，重新进行负载均衡；也可以进行垂直扩展，在节点处理器，主存，存储或网络接口进行扩展时，系统可以垂直或向上扩展，以满足每个系统更多的请求，通过增加处理器数量或主存来扩展，以在同一硬件中托管更多的虚拟服务器，增加系统的吞吐量，降低系统延迟，使用户和系统的交互更好。
6. 保证平台开放性，承诺交付验收时提供全部源代码及相关说明文档。提供完整的数据接入及数据服务的接口及相关说明文档。提供产品完整的数据字典及相关说明文档。
7. 1. AI算法模型及工具可解耦部署，工具可独立复用，算法能力提供可复用的调用接口；2. 能明确算法模型相关能力设计方案及部署实施方案，可赋能自主掌控；
8. 提供平台运维能力证明，承诺平台能支撑高并发，保证活动期间系统资源具备伸缩性，保证平台稳定，提供大数据平台升级过程截图证明，支持滚动升级能力，保证业务不中断，一次升级少量节点，循环滚动，直至集群所有节点完成升级能力。
9. 项目上线后，建立自动巡检机制，确保业务功能正常，数据准确，出现故障第一时间早于业务发现问题。
10. 后续运维中，涉及 数据接入+数据开发，运维供应商要有对应资质提供服务，保障数据安全；运维费用包括系统运维和数据运维（接入+开发），两类运维工作应可以独立进行，且总费用不超过本期项目建设费用的30%

2、业务范围

本项目涉及的业务领域为客户大数据所需的平台建设、AI算法能力、数据分析、闭环应用等。

3、项目需求

本节仅通过文字描述来表达甲方的需求以及主要功能新增或优化需求，系统UI以及功能实施细节以双方确认的详细需求设计文档为准。优化与新增功能需确保与现有客户之声VOC系统无缝集成，保证原有功能的稳定运行。系统主要新增实现的主要功能如下：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **需求模块** | **子模块** | **业务需求描述** |
| **1** | **1、ＶＯＣ数据收集** | **1.1私域数据全渠道覆盖** | **1.接入长安汽车旗下所有品牌（长安引力、长安启源、长安凯程、深蓝汽车、阿维塔品牌）相关内部数据，私域数据全渠道覆盖；**  **2.包含但不限于智慧交互中心热线、在线数据、各品牌APP、云图（三包工单）数据、车机端、新直评系统、调研问卷系统数据、长安员工反馈数据、CDP社群数据、体验官社群数据、管家群数据、品牌小程序，长安汽车数据全渠道覆盖；**  **3.构建满足不同触点（本平台、APP、H5、Web页面等）前端主动数据收集入口及能力；同时支持针对不同客户群体、不同场景话题的设定、讨论。**  1)目标：基于不同场景声音群体，构建客户调研能力，具体功能包括调研项目创建、在线化问卷设计、人群圈选、触发规则设置、触达渠道选择、问卷回收统计、问卷数据分析等。  2）具体要求:  ①满足现有所有私域声音VOC及对应手机号码等接入；  ②满足在不同渠道等形式话题发布、讨论和数据回收分析等。 |
| **2** | **1.2公域数据源扩充** | **1.基于下列已陈述的内容，及本项目VOC应用场景述求，结合各数据源实际情况，梳理并提供公域数据采集渠道、账号、内容等范围的策略方案，满足对核心触点、场景的全面覆盖；**  **2.保证满足业务策略需求进行数据采集，从主流社交媒体及新媒体渠道、汽车垂直网站、用户投诉与维权平台、政府属性媒体等数据源进行数据采集。采集内容包括标题、内容（文字、视频、图片）和评论（评论是本项目重点需要采集和分析的数据）；**  **3.需提供各数据源采集安全策略，确保采集数据合规合法。**  1)主流社媒、新媒体、垂媒：  抖音（主贴、评论）、微信视频号（主贴、评论）、哔哩哔哩（主贴、评论、文章）、小红书（主贴、评论、文章）、快手（主贴、评论）、新浪微博（主贴、评论）、今日头条（主贴、评论、文章）、微信公众号（主贴、评论、文章）、西瓜视频（主贴、评论）、微头条（主贴、评论）、车友圈（主贴、评论、意见反馈）、腾讯新闻（主贴、评论、文章）、新出行（主贴、评论、文章）、百度（主贴、评论、文章）、知乎（主贴、评论、文章）、爱奇艺（主贴、评论）、优酷（主贴、评论）、新浪汽车（主贴、评论、文章）、网易汽车（主贴、评论、文章）、东方财富网 - 股吧（主贴、评论）、雪球（主贴、评论、文章）、百家号（主贴、评论、文章）、易车号（主贴、评论、文章）、一点资讯 APP（主贴、评论、文章）、搜狐新闻（主贴、评论、文章）、有驾（主贴、评论、文章）、315 汽车网（主贴、评论、意见反馈）、汽车消费网（主贴、评论、意见反馈）、学习强国（主贴、评论、文章）、汽车之家（经销商、文章、用户发帖、口碑评分、口碑描述、意见反馈）、懂车帝（文章、用户发帖、口碑评分、口碑描述、意见反馈）、太平洋汽车网（主贴、用户发帖、文章、意见反馈）、爱卡汽车（用户发帖、文章、意见反馈）、易车网（文章、用户发帖、口碑评分、口碑描述、意见反馈）  2)投诉与维权网站：  车质网（投诉、意见反馈）、中国汽车质量网（投诉、意见反馈）、汽车投诉网（投诉、意见反馈）、中国网汽车（投诉、意见反馈）、中国汽车召回网（投诉）、黑猫投诉（投诉、意见反馈）、汽车门（投诉、意见反馈）、DPRC国家市场监督管理总局、中国质量万里行（投诉）  3）政府属性媒体：  北京青年报（主贴、评论、文章）、中国新闻网（中新网）（主贴、评论、文章）、央视频（主贴、评论、文章）、12315市场监管ODR平台  4)范围与要求：  ①公域数据渠道需接入（各平台官方账号、核心竞企品牌官方的账号和领导账号、头部汽车KOC、KOL），包含标题、主贴、视频内容（转译后的文本）、评论数据；  ②所爬取数据能做到风险判断与监测预警的目的；  ③针对不同类型数据，通过RPA（社交APP）或爬虫（新闻/垂直媒体）等技术实现T+0实时采集，分账号类型（官方/KOL/普通）动态调整采集时效（实时/天）及推送频率，并配套数据清洗、质量监控、接口开发等运维支持，满足品牌对市场动态的快速响应与精准分析需求。  ④数据安全、合规性保证。  **4.制定与提供公域平台官方账号等直播主题和评论数据采集策略，以及建设落地，具体数据源基于实际情况评估确定。** |
| **3** | **1.3增加数据接入类型** | **1.能够将音频、视频、图片中的内容转换为文本形式，并确保转录文本能够被VoC系统分析处理。**  1）数据类型：文本、音频、视频、图片；  2)具备音频和视频转文字的功能，能够将客户的语音反馈从音频或视频文件中准确转换为文本形式；  3)确保转录文本能被VOC系统分析处理，满足内容理解、情感分析和趋势挖掘等；  4)满足不同数据格式的识别，多源异构兼容；  5)满足不同形态的VOC接入（包含但不限于帖子、帖子+评论、对话、问卷、工单等），并满足归类和标准化处理；  6)私域、第三方平台对接：预置主流平台标准化接口。 |
| **4** | **1.4数据时效性要求** | **1.基于本项目VOC应用场景述求，梳理并提供不同性质数据源（投诉性平台、社媒、垂媒、私域等）范围、时效性策略方案，满足及时、灵敏的反应市场客户声音的情况及变化，及风险预警，各平台官方账号要求实时。**  **2.基于实际资源情况，提供满足不同数据源采集时效性前端自定义设定，及分析、可视化、闭环等策略方案。**  **3.所有数据采集最长时间不超过T+1，即次日内完成数据采集和初步处理，且及时（8点00前）在前端可视化准确呈现。**  **4.核心数据渠道T+分钟级采集，设置微批调度/流式数据等方式，实现T+小时级的处理（T+小时级前端可视化呈现），确保关键客户声音、指标信息、关键业务场景信息能够被迅速采集、分析、分发、并用于决策支持。**  核心数据渠道如下：  1）私域：  长安汽车全球智慧交互中心等  2）公域：  投诉网站：黑猫投诉-投诉、中国汽车质量网-投诉、汽车投诉网-投诉、中国网汽车-投诉、中国汽车召回网-投诉等  垂直媒体：汽车之家、懂车帝、新出行、爱卡汽车、太平洋汽车等；  主流社媒及新媒体（本竞品重点官方账号，汽车行业大V账号）：抖音、快手、微博、今日头条、微信视频号、小红书、知乎、B站等。 |
| **5** | **1.5数据渠道接入其他要求** | 1.项目验收前，所有私域、公域数据渠道需求清单都须支持接入。  2.项目运维中，需支撑已接入数据源因业务变化带来的相关数据源库表变化等情况100%变更接入；项目运维中，针对私域新增VOC数据源，需支持100%接入，针对公域触点数据源，需支持不少于15个触点的数据接入；  3.本期数据接入方面不仅需实现新增内外部数据源的接入，还应涵盖 VOC 1.0 已接入的数据渠道；  4.需提供本项目完整的数据源清单、及各触点采集的核心内容情况，并在线化显示；  5.满足多维度对接入平台的所有数据源采集情况、趋势、有效观点、应用场景或看数范围等可视化管理以及数据运营管理；及构建监控仪表盘：实时展示数据接入量、成功率、延迟等关键指标，支持阈值预警（涉及OA系统、ichangan、邮件、企微等）；  6.满足对原始客户之声点赞评＼账号相关信息＼地址等关联数据采集，支持场景关联分析；  7.满足不同数据的离线导入；  8.涉及VOC数据源未接入数据湖（DDM）中的，须优先将相关数据接入DDM中；  9.需指定数据采集满足加密传输、身份认证、数据脱敏、合规性要求策略，及并建设落地；  10.建立内部看数等需求填写入口。 |
| **7** | **1.6数据接口标准化** | API文档规范：必须提供完整的Swagger/OpenAPI文档，包含请求/响应示例、错误码列表、限流策略（如QPS限制）。  增量同步机制：支持按时间戳或事件触发增量数据拉取（如仅同步过去24、48小时等新数据）。  接口兼容性：确保与现有技术栈（如Hadoop、Snowflake、Tableau）兼容，避免版本冲突。  所有接入数据格式需总结形成通用化数据接入标准化API。 |
| **8** | **2、VOC数据整合清洗** | **2.1数据清洗** | **1.提供不同场景的数据应用需求的多方案清洗模型策略，满足一数据源一规则，一场景一规则的数据服务能力。**  **2.确保内外部多源非结构化数据在清洗后具备高可用性，为VoC系统的分析、洞察和行动提供可靠基础；具备外部数据水军识别、噪声处理、车系映射、打标（AI供稿、经销商、账号类型、水军、打卡贴等标签）、视频音频转译等预处理，便于数据快速使用，提供清洗开发后的文本数据。**  1）数据质量保证  确保数据完整性、一致性、准确性、可用性。  2）数据清洗要求  ①渠道适配：系统需支持社交媒体、APP评论、语音等多源数据接入，并能够自动精准识别文本、语音、视频等各类数据类型；依据实际业务需求，构建完善的数据清洗规则，可对数据执行去水、去噪、去经销商、去营销号等操作（具体以业务策略为准），同时精准识别 UGC（用户生成内容）、PGC（专业生成内容）、BGC（品牌生成内容）。  ②无效数据过滤：基于哈希值（数据的 “独特身份证号码” ）或唯一标识，剔除重复记录，同时去除空白内容以及爬虫生成的非相关文本；针对转发文，要剔除重复帖子，包括完全相同的文本以及高度相似内容，仅保留一条最具代表性或原始的记录，切实保障数据去重后的唯一性与准确性；剔除水军、异常时间发帖、投诉/维权/AI生成内容，仅留存购车经历、用车体验相关的用户原始帖子或拆分后的短句内容，确保数据真实、可用（具体以业务策略为准）。  **3.针对用户研究核心的四个渠道（抖音、小红书、汽车之家、懂车帝）采用特殊处理方式（基于满足用户研究需求规则进行数据清洗，该方式与 VOC 通用数据清洗规则并行，彼此互不干扰），按照相应清洗规则处理后的数据储存，不进入 VOC 系统后续的可视化处理及分发环节。同时，支持开通单独板块的权限，以便进行原始数据下载。** |
| **10** | **2.2数据处理整体策略** | **1.提供并构建不同数据类型的VOC结构化处理策略，并实现所有数据结构与标准统一，包含但不限于以下内容；**  1）长文本VOC结构化处理策略；  2）发帖主题+每一条评论结构化处理策略；  3）多轮对话VOC结构处理策略；  4）主客观VOC结构化处理逻辑。 |
| **11** | **2.3数据质量与完整性保障** | **1.数据校验规则：如字段非空检查、格式校验（正则表达式）、逻辑一致性（如订单号与客户ID匹配）。**  1）满足对特定关键词正则过滤，并支持前端业务人员可运维；  2）满足复杂的客户原始声音过滤，支持事前以及事后自定义标注（形式包含但不限于通过数据源+ID，数据源+内容等形式），不纳入识别分析，并支持前端业务人员可运维。 |
| **12** | **2.4数据质量报告在线可视化** | **1.通过在线自动化方式可视化呈现数据质量，快速了解数据清洗后的质量状况，便于后续分析和决策，具体完善内容包括：**  1）报告内容维度涵盖基础指标（去重率、清洗率、来源分布、数据类型分布）、质量指标（完整性、一致性、准确性、可用性）、异常指标（无效数据占比、异常时间数据、敏感内容过滤）；  2）可视化呈现方面，通过柱状图、饼图、折线图等形式直观展示各项指标，支持数据实时更新和动态展示，并对异常数据或低质量数据进行高亮提示，便于快速定位问题；  3）根据当前数据质量问题，提供具体的优化建议。 |
| **13** | **2.5数据整合** | **1.提供公域发声客户画像分析策略方案，以及私域客户之声数据、车辆数据、客户画像、交易数据等数据管理分析策略。**  **2.完成关联分析所需的客户数据爬虫接入或客户、车辆、店端相关数据接入，并实现关联分析。** |
| **14** | **3、VOC语料维护更新** | **3.1关键词挖掘** | **1.新词发现与挖掘:系统可自动识别客户反馈中的新兴词汇和热点词汇（如新兴产品功能、新兴痛点、网络流行语等），并实时将其纳入分析范围，解决传统关键词库更新不及时导致的滞后性问题，确保系统能够精准捕捉客户反馈中的最新动态和趋势，为后续的分析与决策提供更全面、更及时的数据支持。**  **2.新词挖掘的可用性需达到80%以上。** |
| **15** | **3.2丰富语料** | **1.智能语料预设与丰富;**  1)智能自动化标注：利用AI大模型对语料库进行多维度标注，实现多维度实体语料快速积累，涵盖情感分析、主体识别、意图识别和语境理解等关键维度，从而提升数据分析的精准度和深度；  2)高效语料预设与丰富：借助先进的数据处理技术，如AI大模型的生成能力等，自动扩充语料库，确保语料的多样性和时效性，提高语料库的更新速度和质量。  3)需具备算法相关能力专业人员现场支持，以保障语料库的技术性和专业性；  **2.VOC新词智能自动化标注精准度≥80%，满足业务正常可用。**  **3.扩充客户之声（VOC）系统的语料库，同时确保语料的高质量和高相关性，支持系统提供精准且有价值的分析，需提供建设和运维期间所有需要标注的数据，由长安方审核。**  1)增加有效语料的数量，新增不低于600万条经过审核的高质量语料；  2)定期复审现有语料，更新过时或不再相关的数据，确保语料库的内容始终保持最新状态；  3)通过ID化的方式管理语料库，确保每条反馈信息都能够与相应的业务知识点准确匹配；  4)所有语料需要按客户体验代码类型进行关联与管理。  5)需提供长安自主标注管理工具。  **4.需要建立完整的语料增加在线审批机制和工具。** |
| **16** | **4、VOC主体/观点/情感等识别** | **4.1整体策略** | **1.提供基于AI的完整的算法策略方案，AI大模型需为汽车垂直领域或VOC垂直领域的AI大模型，同时集成**开源或闭源大模型等行业先进的大模型能力，提供业务人员可操作的多种AI大模型选择能力  **2.需基于大模型和传统NLP等算法模型融合应用方案，保障提升算法召回灵活度，确保精准度满足业务各场景应用（公域数据精度不低于85%，私域数据不低于90%）。** |
| **17** | **4.2基于AI算法满足** | **1.复杂场景算法模型建设，根据不同场景的特点和需求，提供多种算法模型方案，确保每个类别场景都能匹配到最适合的算法模型。**  1）构建多种算法模型，包括意图分析模型、主体分析模型、语言模型和监测模型，以增强系统对文本数据的基础理解能力。确保模型能够准确识别文本中的关键意图、主体信息、语言特征以及文本内容的变化趋势；  2）长文本结构化处理：对长文本内容实施打标签流程，将其转化为结构化数据。通过标注关键信息（如主题、情感倾向、关键实体等），便于对这些复杂文本数据进行更深入的分析和应用，支持后续的文本挖掘和业务洞察；  3）多实体关系识别模型：构建能够精准识别多个实体及其相互关系的模型。确保系统可以准确抽取文本中的关键信息，并理解不同实体之间的关联性，从而为复杂文本分析提供更丰富的语义信息，支持更精准的业务决策。  **2.对现有的系统算法进行升级，提升文本识别精准度，增强对复杂文本特征、情感、主体的识别能力，并改善在异常情况下的处理性能。**  1）算法能够精确地识别单一特征词与多个情感词之间的关联，并能够完整地提取出所有相关的观点。  2）优化算法精准度及多特征、多情感、多主体识别能力，改善中性词干扰、双重否定、多重否定、反转词、近义词、（客服与客户在线多轮对话）内容混淆、在线对话表达不完整等异常情况下的识别能力；  3）根据不同的业务场景需求，定制并训练特定的算法模型，使其能够应对具体的分析任务；  4）针对负面情感标注区分可改善、不可改善、关注等，业务流程可以被清晰地划分和优化，能够更高效地响应客户反馈，以引导产品或服务的改进工作；  5）确保优化后的NLP算法无缝集成到客户之声（VOC）系统中，以提升整体的分析和洞察能力。 |
| **18** | **4.3AI大模型赋能** | 1.可灵活承接任意AI大模型，微调大模型（共创），基于大模型提升语义理解能力，支持长文本/多轮对话/主贴与评论等场景上下文联意精准理解。实现多主体、多观点精准识别，情感判别，风险识别，趋势预测，提炼总结，话术推荐等。  **2.供应商需同时提供接入kimi/deepseek等行业领先的开源大模型的策略，并落地开发，满足大模型应用能力自主选择。** |
| **19** | **4.4精准度要求** | **1.提升系统的识别精准度，保障在不同业务场景下均能稳定、精准、高效应用。私域识别精准率不低于90%（主体+观点+情感联合识别）、公域识别精准率不低于85%（主体+观点+情感联合识别），召回率均不低于85%。满足业务各场景的应用精准度达到，确保信息准确性和可靠性达到高水平。**  1）精准率提升包含但不限于以下方式：AI大模型赋能、关键词的丰富及合理定义、标注或语料丰富、算法的持续升级优化；  2）支持对分类体系下每个最小分类指标识别精准度水平人工研判、记录、统计和展现。对人工研判后的结果能实现机器自动学习；  **2.语音ARS、视频转译文本精准度提高：普通话精准度要求95%；方言精准度要求85%；图片识别准确度不低于85%。**  **3.系统满足随机抽取和检查，并统计精准度，满足对整体和不同维度的检查和呈现。**  1）系统须支持随机抽取数据和检查结果的功能，以评估和保证分析的精确性；  2）实施定期的精准度统计和评估，能够对整体数据以及不同维度（如语言、业务领域等）的分析结果进行检查和展示；  ①NLP计算规则：每个数据源按分类体系下随机抽取，保证每个最小分类指标均被抽样，累计人工准确度评审2000+条（上线前至少3次，上线每个月巡检）；  ②整体指标，整句抽样精准率P=正确条数/抽查总量，其中单句中识别出的多个观点，若有1个及1上识别错误，即算整句错误）；综合值F1= 2PR/（P+R），其中P值指上述整句抽样精准率，R=正确关键词/（正确关键词+遗漏关键词）。  **4.针对走映射算法方式，未通过AI或NLP等算法识别过程的数据源不纳入精度抽样范围。** |
| **20** | **4.5实体前端可维护与管理** | **1.品牌、车系、细分市场等映射关系前端可配置，支持根据调整后的最新的映射关系进行历史数据刷新，第二天生效，前端正确展示，以保持数据的新鲜度和相关性。**  1）映射关系管理：在前端提供一个可视化界面，用于管理和维护品牌、车系、细分市场等之间的映射关系。用户可以通过简单的操作（如拖拽、选择、编辑）来更新这些映射关系；  2）及时生效：用户在前端完成映射关系的更新后，系统应能及时在第二天（早上8：00前）生效，并确保前端正确展示最新的映射关系；  3）数据校验与反馈：在用户更新映射关系时，系统应提供实时的数据校验功能，确保输入的映射关系符合逻辑和规范。如有错误或冲突，应即时反馈并提示用户修正。  **2.支持用户基于自身业务自定义实体词、专有词、同义词、变量词、敏感词等，保证专有词汇能准确识别。**  1）允许用户在前端界面中添加、编辑和删除自定义实体（如品牌、车型、功能特性等）。用户可以为每个实体设置别名、同义词和变量词，以增强模型对不同表达方式的识别能力；  2）在前端完成自定义配置后，系统应能够及时将这些设置应用到NLP模型中，确保模型能够立即识别和处理新的实体、专有词、同义词等。 |
| **21** | **4.6自定义历史刷数** | **1.实现自定义历史数据刷新功能，除了正常增量刷数，允许根据最新的算法环境定期刷新数据，以保持数据的新鲜度和相关性。用户将能够设定刷新参数，如频率和时间点，以保持数据集的新鲜度。**  1）数据刷新机制：提供一个自动化的数据刷新机制，能够根据预设的时间间隔或触发条件，自动更新历史数据；  2）算法环境适应性：数据刷新功能应与最新的算法环境兼容，确保在算法更新或优化后，数据能够及时反映这些变化；  3）用户自定义选项：用户应能够自定义数据刷新的参数，包括刷新频率、时间点以及特定数据集的刷新需求。 |
| **22** | **5、VOC客户需求关联** | **5.1客户体验代码管理** | **1.提供客户之声体验代码建设策略，满足清晰的体现客户原声声音表达的意识，满足多维的分析策略，以及支持灵活的体验代码新增、迭代、作废，并支持实时的变化后重新统计分析和可视化。**  **2.支持客户体验代码ID化，支撑统计逻辑变化或者代码的新增后，灵活的历史跑数、数据统计分析：**  增量跑数，除对正常周期跑数外，满足只对变化部分代码及对应数据重新跑数，包含但不限于代码新增、整合、作废，以及错误识别等情况的历史数据全部跑数和统计分析、可视。 |
| **23** | **5.2增加属性维度** | **1.指标结构满足事件+多维度属性方式构建，并满足属性维度的自定义拓展，提供不同分析属性维度的策略及模型的构建，支持高价值VOC识别和趋势分析等。**  **2.基于大模型能力，提供多维度情感模型策略方案,包含但不限于以下维度：**  **1）维度1：**咨询、建议、抱怨、表扬；  **2）维度2：**进行多级情感细分，助力精准洞察客户反馈；  ①负面分高（愤怒威胁）、中（失望不满）、一般（遗憾）；  ②正面分高（强烈推荐）、中（认可）、一般（轻微好感），  **3）维度3：**产品质量问题、产品设计问题、服务体验问题、客户操作问题、价格纠纷问题、服务体验问题、品牌信任问题等；  **4）维度4：**产品发布与评测、促销活动与购车咨询、竞品对比与行业观察、品牌战略发布、产品技术解析等。 |
| **24** | **5.3知识图谱矩阵构建与应用满足** | **1.构建与业务紧密关联的知识图谱，还原业务场景，建立不同业务领域实体及其复杂关联关系；打造多维知识图谱矩阵，实现语料库原始数据与业务标准关键词的1对多映射，支持复杂查询和深度分析**。  1）通过知识图谱构建与业务的关联关系，还原到业务；  2）利用知识图谱技术，建立不同业务领域的关键概念、实体及其关联关系，以实现对客户反馈的深层次理解；  3）构建一个多维的知识图谱矩阵，能够将语料库中的原始数据与业务相关的标准关键词建立一对多的映射关系（1对N），从而支持复杂查询和分析；  4）基于当前多级知识图谱，对各级知识图谱进行问题归类与细化，升级打造“问题矩阵式”知识图谱，实现能对不同层级的客户问题聚类分析，及单一场景问题根因进一步直观掌握，支持平台智能对精准结论和预测能力的沉淀与形成，打造行业领先知识图谱；  5）确保知识图谱矩阵的构建和应用能够满足实际业务需求，包括对客户反馈的分类、趋势预测、问题识别等。  **2.基于ONE ID思路构建知识图谱、实体映射、CCC指标，通过代码化与具体内容构建映射关系，保证业务应用满足的灵活性（避免修改一个历史内容就需要去重新跑历史数据）。**  **3.搭建“问题树”、“诊断树”、“解决树”，构建场景化直接洞察能力。**  1）基于知识图谱矩阵，构建“问题树”、“诊断树”、“解决树”。通过场景化的分析框架，将复杂问题分解，通过图谱关联找到问题的潜在根因，实现对同一场景下问题根因和需求的快速定位，快速识别问题场景，直捣问题根源，能高效精准直达业务。  2）打通车云车辆数据，基于客观真实数据拓展构建精准的问题树和诊断树。  **4.实体网络拓扑图，支持可视化实体网络拓扑图。**  需要构建基于不同维度（如品牌、车系、部件等不同主体或空间、材质质量等维度）可视化知识图谱逻辑。 |
| **25** | **5.4增加场景化板块结论/预测，形成知识库管理能力** | **1.利用AI大模型的推理能力，结合业务知识库和历史数据，对客户反馈进行综合分析，以准确提炼分析结论、预测趋势识别问题的根因。**  1）满足业务板块快速识别问题根因；  2）满足场景总结与预测功能；  3）支持结合报告洞察提问，AI结合客户原声生成进一步结论。  **2.提供统一的知识管理工具，实现统一的非结构化数据（比如pdf、ppt、word等文档以及图片）管理及问答生成：**  1）文件校验：支持文档校验，以文档粒度分配权限  2）数据增强：支持文档和文档切片的标注与分层分类  3）数据处理：提供多种切片策略(参考ragflow/dify)，支持可接入高代码切片策略处理后的知识库，支持识别文档图片，并存储的功能。  4）向量化：支持多种Embedding模型灵活接入。  5）数据库：提供可用的向量数据库：支持全文检索和向量检索，吞吐>10kqps&延迟<100ms。支持长安SelectDB、ES检索的向量检索引擎。  6）问题理解：支持基于nlp模型和大模型的多种用户意图识别。  7）召回重排：1.支持多路/旁路等多种召回策略，2.支持多种重排模型灵活接入。  8）回答生成：1.支持多种大模型灵活接入，2.结果包含图片 |
| **26** | **6、VOC数据分析** | **6.1整体分析策略** | **1.需提供完整的VOC场景分析策略，并支持落地，需运营分析专家到现场主导策略制定、分析模板制定、开发上线，以及推动运营价值的达成。**  **2.需基于不同分析场景，构建不同数据基准，满足对数据运营好坏指标的判定，如行业平均值、行业最优、行业不同分位值等，满足不同场景、细分市场、品牌等对标分析。**  **3.需提供数据分发共享的策略，满足在合适的时间点进行数据的推送共享。**  **4.需提供用简单的语言完成复杂大数据洞察结果的表达策略，满足数据易用性。**  **5.基于全渠道不同体验声音，提供针对高影响度声音，不同声量情况的异常VOC提醒策略，需满足数据洞察对市场异常VOC灵敏度呈现，并满足按长安已有的客户代码体系进行标准化呈现。**  **6.基于大模型能力，提供高价值VOC分析策略方案，并落地开发。**  **7.需要建立统一的客户体验好坏评价与量化标准，满足对客户产品、服务体验好坏评判。** |
| **27** | **6.2数据分析** | **1.满足整体到源头分析，从一级指标到五级指标(标准关键词级别)，层层下钻追溯客户原声，支撑业务进一步分析问题根因。**  **2.支持关键场景、关键词自定义搜索，对单一问题、同类问题、客户原声等“百度式”自主搜索，快速分析识别具体原因和提升方向。**  **3.满足个性化多维度筛选分析，定位业务问题，允许授予权限的用户根据需要从场景应用中选择内容导出报告及数据。**  **4.打造差异化专区，依据不同业务的关注点进行差异化展示，让各领域业务直接获取所需信息，满足不同业务看数需求。**  **5.打造智能GBI，基于各渠道客户声音数据，自动提取关键信息，包括情感倾向、热点话题，AIGC自动生成分析报告。**  **6.优化智能问数功能，结合AI大模型的意图识别和逻辑推理，用户能够通过文字指令快速获得所需数据和可视化报表，支持结合报告洞察提问，AI结合客户原声生成进一步结论。**  1)利用AI大模型来理解用户提出的各种问题，准确解析查询意图；  2)集成VOC系统的数据资源，确保智能问数能够访问和处理相关业务数据；  3)设计交互界面，让用户可以输入问题或指令；  4)实现高效的数据处理流程，从VOC数据中提取、分析和汇总信息，提供准确的答案和总结性报告；  5)确保系统能够处理各种类型的查询，包括特定数值查询、趋势分析、对比等；  6)确保快速响应用户查询；  7)支持快速检索、相关度排序、用户角色登记、用户兴趣自动识别、内容的语义理解、智能信息化过滤和推送。  **7.构建个性化主页，基于不同业务板块角色，管理范围，设计不同登录首页显示界面，能够根据用户账号信息，如角色岗位、职级和订阅、关注的场景设置等，定制并展示相关内容的个性化主页系统（包含结论/预测），呈现差异化个性主页，满足不同业务看数需求。**  1）用户在登录后根据自己的职位和角色定制感兴趣的、与自身业务强相关的内容模块；  2）设计灵活的内容展现机制，确保主页能根据用户的职级和订阅偏好动态显示相关信息；  3）可DIY的界面，满足针对某个人或部门默认与修改能力，可以轻松地添加、删除或修改他们感兴趣的内容板块；  4）确保个性化设置可以保存，并在用户下次登录时自动应用，提高效率和用户体验；  5）满足场景总结与预测功能；  6）满足业务板块快速识别问题根因；  7）包含但不限于订车、交车、服务、新车上市、车型体验点、口碑、智能化等不同场景报告模板，满足从品牌、车型、指标维度进行呈现。  8）集成数据统计和分析功能，以便对操作者行为进行分析，进一步优化个性化体验和内容推荐算法。  **8.允许授予权限的用户根据需要从场景应用中选择内容，可导出为PDF格式的报告。对于核心场景，提供可编辑的PPT、EXCEL、CVS报告导出选项。**  1）确保导出的报告在格式和内容上都是准确无误的，符合业务需求；  2）优化报告生成过程，确保快速响应请求，减少等待时间。  **9.构建基于车系、品牌、客户体验代码等多形式BI看板可视化分析能力，满足强弱项判断，如象限分析等。**  **10.构建基于表结构的全字段筛选器，且字段满足每个人自定义筛选配置，每个字段下数值满足单选与多选。** |
| **28** | **6.3信息共享与分发** | **1.提供满足差异化的信息共享策略。**  1）基于客户体验代码，满足前端业务自定义客户体验代码与业务部门一对一、一对多或者多对多映射关系，同时满足客户体验代码或者在线化报告一对一、一对多或者多对多共享；  2）满足针对在线化报告前端自定义标签，支持客户登录和信息推送差异化呈现。  **2.针对不同业务场景，设计客户声音信息分享机制，通过内部协同工具（涉及OA系统、ichangan、邮件、企微等），按日/周/月频次，向决策层/管理层/员工层分享VOC价值信息。基于推送内容，设计VOC客情直驱管理业务策略落地的相应功能，实现内容自动化生成，灵活推送。**  **3.支持智能推荐，各业务领域的用户可以管理和设置自己的信息偏好，系统会根据偏好进行信息推荐，系统支持提供个性化的信息推送。**  **4.满足基于不同主体关键词自定义输入，形成周度、月度、年度期刊，可自定义圈选部门和人员，且支持定期推送。**  **5.打通客户声音信息与各业务系统的实时共享通道。**  1）实现信息智能分类，建立自动化分发机制，自动向对应业务部门推送结构化主题报告；  2）系统需支持自定义看板配置、多级权限管理及预警阈值设置，结合AI分析生成业务协同建议，确保客户需求在自定义时间内触发跨部门工单流转，并通过端到端流程追踪实现业务闭环，最终形成客户声音驱动的组织协同网络；  3）建立信息共享高效运作运营团队，组织内部或跨组织之间实现信息的高效流通、处理和反馈，确保信息传递与处理的高效运作。  **6.构建快速问数能力**  1）构建需基于关键主题的问数，及多类型BI看板可视化呈现能力，如最近一个月TOP3的客户声音是/某品牌或车型或场景的客户之声情况如何；  2）提供VOC周期性不同主题资讯（周度）和VOC白皮书（季度、半年、年度）策略和落地建设；  3）基于全价值链调研，形成VOC每周全员推送的不同资讯主题报告（一页纸形态或故事线形态）；  4）构建VOC行业白皮书，完整客户全旅程体验的宏观趋势分析。  **7.信息自主订阅/检索**  各业务领域的用户自主订阅或检索所需的信息，能根据自己的需求选择订阅特定的信息主题或进行关键词检索，能及时获取相关信息  **8.智能路由分发**  1)按问题类型（咨询/投诉/建议）和业务领域（产品、服务）自动派单至对应部门，支持优先级设置（如安全类实时预警），并通过内部协同工具（涉及OA系统、ichangan、邮件、企微等）推送至责任人；  2)建立与ITR流程、团队、平台（如智慧交互中心、产品部门客户体验问题管理平台等）闭环的解决方案与开发落地。  **9.快捷任务下发**  通过共享的报告或主页看板，可快速将发现的问题建单，并指定业务部门负责人进行任务分配  **10.系统对每一次的信息分发情况进行详细记录，包括分发时间、接收方、信息内容等，以便后续跟踪、查询与分析。** |
| **29** | **6.4关键业务场景分析** | **1.提供核心场景洞察和运营策略方案，满足新车上市全过程、本竞品品牌、本竞品车系（可细化到车型配置）、产品与服务体验洞察、客户体验核心场景、产品功能模块等高价值VOC挖掘和可视化。**  **2.针对重点高频应用场景，进行专区分析与洞察，包含但不限于新车上市客户体验洞察、产品与服务体验洞察、核心竞品横评对比分析、智能化赋能、产品研发赋能、热点事件、风险事件等，核心场景报告100%在线。**  **1）一号工程满意度场景分析。**  基于“一号工程”、口碑抱怨、五大承诺满意度，产品服务体验相关管理指标，全面优化体验管理数据看板，让体验问题主动监测提醒，可下钻归因分析，便捷触发处理任务，推动改善闭环。  **2）新车亮相与上市监控**  主动跟踪和监测新车型在市场的亮相或上市情况。能识别关联到我们自己的品牌车型，并敏锐捕捉到（如“亮相”、“发布”、“上市”等）关键词，自动监测新车型的相关动态，并生成分析报告主动推送相关人员。  ①收集公域数据源的评价和反馈进行情感分析，正面和负面区分展示；  ②识别讨论热词和热门话题，了解市场对新车型的关注点和讨论焦点，捕捉市场趋势和用户兴趣；  ③根据分析结果，生成报告，包括正面TOP、负面TOP以及讨论热词等关键指标；  ④将监控结果转化为具体的建议，如调整营销策略、改进产品设计、增强客户服务等。  **3）核心竞品横向对比**  通过在对不同品牌、车型和指标维度进行对比分析，对竞品用户的情感态度、功能偏好、痛点抱怨进行语义解析与情感强度量化，生成竞品画像矩阵（含产品力、用户体验、品牌口碑、服务需求等维度），并与长安汽车自身VOC数据进行横向对比，精准定位双方在续航能力、智能驾驶渗透率、车机交互流畅度等关键领域的相对优劣势，输出差异化竞争策略建议。  建立单一车系核心竞品管理维表，满足前端业务人员自主定义与运营，构建前端完成的竞品分析能力；支持筛选单一车系自动分析全渠道客户反馈，精准识别客户心中的竞品（例如通过对提及深蓝 SLO3 的客户发帖和评论中对比车型的排序，定位客户心中的竞品）。  **4)产品研发赋能**  自动分析客户对产品多维度属性的满意点与不满意点，并利用大数据统计助力产品策略的亮点和卖点策划。同时，通过识别用户对车型产品配置的偏好和需求度，优化配置，给到优化配置建议，以满足市场需求。  ①产品配置设置：构建对车型产品配置偏好的识别能力，抓取用户提到的配置关键词，识别用户对配置的需求度和估值；  ②产品亮点与卖点策划：构建客户对车型产品的使用体验识别能力，自动识别客户对产品续航、三电、空间、舒适等多维度产品力的满意点及不满意点。  **5)智能化洞察研究**  通过本品及核心竞品牌的全渠道VOC数据，结合AI大模型，构建覆盖“智驾、泊车、车机交互”等核心场景的智能化分析专区，满足分析各品牌整体智能化体验水平、智能化舆情趋势、竞企竞品智能化趋势、具体智能化功能（智驾、泊车、车机等）体验情况，以评估各品牌的智能化体验水平和趋势，从而指导产品功能的优化和迭代。  ①智能化体验水平评估：基于用户对长安各品牌车型的主动评价（如阿维塔的ADS 3.0智驾系统、启源Q07的天域座舱等），量化用户满意度及痛点分布；  ②技术趋势洞察：追踪公域全渠道客户对智能化功能的讨论热点，识别技术迭代方向（如车机交互自然度提升诉求）；  ③智能化横向对标分析：对比核心竞企智能化技术上的优劣势。例如吉利“全域AI”云端算力布局、奇瑞“猎鹰智驾”等竞品动态，提炼长安在技术差异化（如天枢智驾的端到端架构、中央环网算力平台）与用户体验（如语音免唤醒、方言自适应）上的优劣势；  ④具体功能模块体验诊断：针对智驾场景（复杂城区路况响应）、泊车功能（狭窄车位识别率）、车机系统（语音交互流畅度）等细分领域，结合用户高频反馈与工程参数（如测试里程、故障率）进行根因分析，指导功能优化优先级。  **7.线索挖掘**  **通过分析各渠道（客户评论、社群数据用户对话内容）客户声音，精准识别售后、售前、运营热点等线索，赋能业务增长与客户服务优化。**  1）售后线索挖掘：系统应能够自动识别和分类群内关于售后服务的咨询，包括但不限于维保咨询、维保预约、保险服务、维修咨询以及故障咨询等。需求分析应包括对这些线索的自动标记和通知相关部门，以便及时响应和处理；  2）售前线索挖掘：系统需识别和提取群内涉及售前服务的讨论，如增换购意向、转介绍可能性以及二手车交易等。需求应包括对这些线索的追踪、评估和转化；  3）群运营内容喜好及热点话题分析：系统需分析群内用户对不同运营内容的喜好程度，以及识别当前的热点话题。需求应包括对用户互动数据的收集和分析，以指导内容策略的优化和社群活动的策划。 |
| **30** | **6.5事件预警** | **1.系统能够快速清晰地定位风险事件、产品及服务问题，支持自定义关键词预警、阈值预警，触发预警规则后通过内部协同工具（涉及OA系统、ichangan、邮件、企微等）实现实时风险监测与预警，并支持任务下发、处理进度及效果跟踪。**  **2.重大危机识别与监测**  识别重大问题、多次反馈问题、产品集中问题、类型集中问题等异常及时提醒升级（危机识别：危机识别、危机分类、危机分级；危机预警：意见领袖、重大事故、重要媒体、急速趋坏）。  1）重大问题危机识别：针对重大问题场景清单，实时预警是否有发生（如断轴、自然、重大财产损失、人伤等）；  2）重点产品识别：基于新车发布，持续监控上市前后客户体验产品、服务TOP问题预警；  3）多次反馈、处理未解决：针对同一问题，客户全渠道多次沟通联系未得到有效解决事件进行预警，并基于处理历史渠道进行反馈；  4）批量问题预警：同一问题，急速批量反馈，趋坏判断。  **3.同环比趋坏风险预警**  监测抱怨发展趋势提前消化投诉风险。  1）一定周期持续趋坏：基于抱怨声音绝对量占比，设定基础客户抱怨绝对量阈值，通过判断连续周期内客户抱怨声音绝对量占比是否呈现持续趋坏。  2)抱怨声音绝对量占比：针对各车型，基于不同保客基盘数，计算各维度负面抱怨声量与车型保有量占比，针对不同情况TOP抱怨声音绝对量占比进行预警。TOP抱怨说明：如不高于整体平均值（当前平均值产品4%，服务1%，进一步审视测算确认）、TOP10；  3）重点功能应用监控：基于新功能应用，持续监控上市后客户体验问题反馈；  4）客户服务不畅通预警：基于客户反馈，针对客户服务断点流程预警识别。  **4.热点事件监测**  追踪汽车行业的热点事件趋势，分析集体投诉和突发负面事件的潜在风险；热点事件追踪：自动关联事件与问题（如“逸达改名事件”→品牌认知度下降）  可基于关键词趋势分析（环比/同比），生成热点话题TOP 榜单（如 “虚假宣传” 热度上升 200%）。  1）热点事件监测：对各网站、社交媒体平台的热点的监控与推送；  2）地区优劣预警：基于抱怨声音绝对量占比，监控不同省、市产品、服务客户抱怨预警；  3）集体投诉风险预警：自动识别和归类潜在的集体投诉趋势，及时生成报告和预警提醒，支持数据可视化，能快速识别和理解问题严重性。  4）热门负面主题讨论、突发事件：针对客户热门负面主题讨论、突发事件进行预警，当超过设定绝对量进行预警（如国家车辆数据安全法发布，导致部分功能下架监控，召回监控）。  **5.口碑风险监测**  排查体验与口碑持续恶化问题提醒责任部门重点应对。  1）重要媒体、头部大V风险识别：通过头条、抖音等数据接入，针对媒体、头部大V负面讨论预警；  2）渠道负面预警：针对各渠道负面声量占比、绝对量进行预警，判断外部渠道负面来源；  3）官方投诉监测：针对政府性质投诉网站平台开展预警，针对TOP问题进行预警；  4）竞争对手、口碑预警：基于竞争对手核心竞品、服务、品牌口碑等，开展内外部优劣势预警，支持策略调整。  **6.发声人群水军性质分析**  构建针对公域客户之声发帖、评论水军归属判定模型，帮助企业判定真实客户声音情况及其他企业水军攻击情况。 |
| **31** | **6.6人群画像分析升级** | **1.增加从发声总人数，及可识别身份团队（私域数据）、不可识别身份团队（公域数据）由总到分层层分解的方式展现团队特征与反馈问题关注点对比分析。升级现有人群画像分析模块，实现对总发声人数的统计及细分团队特征的深入剖析。支持从总体数据逐层深入到各个细分团队的分析，展现各层级特征与问题关注点的对比。**  1）分别统计并分析总发声人数中可识别身份（私域数据）、不可识别身份（公域数据）的特征。支持从总体数据逐层深入到各个细分团队的分析，展现各层级特征与问题关注点的对比。  2）允许在需求不明确或需进一步调研时，对可识别身份的客户进行圈选。  示例说明：  针对客户数据中的抱怨问题（车联网、发动机故障），当需求不明确或需要进一步调研时，需要进行可识别客户身份的全圈选分析，或将内部与外部数据源分别圈选。若混合使用会导致业务不期望的结果，避免由于数据融合引起的比例偏差（如：性别同比例缩小），确保数据不会混合而导致分析结果失真。 |
| **32** | **6.7UI设计** | 系统各个板块的页面具体展现内容和UI设计，需提供行业中成熟和优秀的方案。 |
| **33** | **7、VOC直达直驱管理** | **7.1VOC直驱策略要求** | **1.提供客情直驱策略方案，及主导推动运营落地。**  **2.提供VOC直驱体系所需流程、组织、数字化能力，并完成数字化能力的落地，以及项目交付前指派专业运营人员主导和推进运营的落地，并培训指导长安能自主开展运营。** |
| **34** | **7.2建立VOC客情直驱组织** | 1.建立客户之声VOC客情直驱组织（满足业务精准挖掘、分发、效验、闭环、评价等），负责挖掘客户声音的分析和运营工作，同时，要实现关键信息在各业务端的高效流转，系统支持信息和任务全链路自动化流转，确保 VOC 从收集到落地改善及效果评价的全流程闭环管理，效果和评价可跟踪管理。  2.挖掘内容，及分发内容与责任单位的关联准确率达到90%以上。 |
| **35** | **7.3VOC闭环管理** | **1.实现公域渠道（如社媒、垂媒、投诉网站等）客户声音（咨询、建议、抱怨）全场景响应与解决，客户咨询、抱怨声音的100%响应与解决，建议声音100%共享闭环管理；**  **2.设计并建立VOC分发后的闭环管控机制，满足客户声音推送后应用情况管理，增加任务分发后采纳管理指标统计与监控，针对客户问题指定责任单位予以落实、处理。**  **3.咨询类闭环管理**  1)自动识别与触发：系统需实时监控社媒平台（如微博、抖音、微信等）官方账号下的客户评论，通过AI及算法技术识别关键词，自动触发工单并分配至客服坐席，坐席可在系统进行任务处理;  2)智能回复辅助：基于公域客户评价内容或话术库，根据客户问题类型（如产品咨询、订单查询）自动生成标准化回复建议，支持人工编辑后发送；对高频咨询问题（如退换货政策），系统自动推送预设答案至客户，并记录回复效率；  3)闭环验证：针对咨询闭环价值，需制定与建立可量化评价标准、指标和可视化看板。  **4.建议类闭环管理（建议声音100%共享闭环管理）**  1)分类与优先级：通过AI及算法技术建议类型（如功能优化、服务改进），按业务影响度（如涉及核心功能、高频需求）自动分级；  2)跨部门协同：自动将建议推送至产品、服务、营销等部门（涉及OA系统、ichangan、邮件、企微等），设置处理时限并关联责任人；处理结果需通过系统反馈客户（如涉及OA系统、ichangan、邮件、企微等），系统跟踪进展。  **5.抱怨类闭环管理（抱怨声音100%响应、解决）**  1)通过抱怨问题分类（如产品/服务问题等）与优先级划分（紧急/高/一般等），结合自动化工具实现快速响应与解决方案执行；系统实现全链路自动分发，问题详情及紧急程度实时推送给对应责任人，设定解决期限并自动提醒，责任人处理完成后在系统反馈结果，由专人审核确认关闭。  2)需提供差异化问题闭环处理策略，风险问题闭环管理、单点问题闭环管理、老大难问题闭环管理，建立与ITR流程、团队、平台（如智慧交互中心、产品部门客户体验问题管理平台等）闭环的解决方案与开发落地。  ①风险问题：基于预设规则对已知重大安全隐患（如电池自燃）触发预警，通过语义理解、情感分析及关联挖掘等AI及算法技术，自动识别新兴风险模式与潜在隐患特征。发现异常趋势或未被定义的风险信号，系统立即生成预警，同步启动效验机制，并将预警信息推送至相关责任部门，实现对未知风险的前瞻性捕捉与快速响应。  ②单点问题：基于“问题树”“诊断树”“解决树”，自动识别单点问题，触发预警后匹配方案库并推送至对应部门责任人，处理完成自动验证、归档及优化策略，实现问题发现-处置-验证全流程线上自动化闭环；  ③老大难问题：通过聚类分析识别长期未解决的顽固问题（如OTA升级失败抱怨率超5%），结合一号工程“服务马拉松”管理机制，联合跨职能攻坚小组，联动研发、测试、售后团队制定根治方案。  ④所有问题需结合公司现有闭环机制，进行设计，避免重复联系客户，打扰客户。  **6.移动端和PC端协同闭环管理建设**  移动端与PC端协同闭环管理，实现任务从创建、分配、执行到反馈的全流程闭环管理。确保数据实时同步，提升工作效率和协同能力，同时满足不同业务在不同场景下的操作需求。 |
| **36** | **7.4VOC评价管理** | **1.构建构建一个全面、智能且高效的评价管理体系，系统功能支持可灵活设定核心指标（如建议采纳率、问题解决率、闭环率、响应率等），满足VOC处理前后的效果评估。**  **2.实时监控客户反馈处理进度，确保处理过程透明化。**  1）全流程跟踪：对客户反馈从接收、分类、分配、处理到反馈的全过程进行实时跟踪，记录每个环节的处理时间、责任人、处理结果等信息。  2）进度可视化：在评价看板上以流程图、时间轴等方式直观展示客户反馈的处理进度，方便用户快速了解当前状态；  3）通过直观的可视化界面，快速了解客户反馈处理的整体情况和关键指标的达成情况，为管理决策提供实时支持  **3.建立任务预警机制，对于超时未处理或处理进度滞后的反馈，自动触发预警机制，提醒相关责任人及时处理。**  **4.可灵活设定并展示关键指标，满足不同业务场景下的效果评估需求。**  1）科学评估处理效果，通过对比分析找出改进点  2）支持对客户反馈处理前后的关键指标进行对比分析，直观展示处理效果。  3）提供与历史数据的对比功能，帮助用户了解评价指标的趋势变化，评估长期改进效果。  **5.多维度指标评价**  基于客户旅程构建全面指标体系，实时采集分析客户反馈，通过可视化仪表盘呈现关键指标，推动PDCA循环，通过直达直驱的闭环管理，提升客户体验和业务效率，确保高价值VOC驱动业务持续优化。 |
| **37** | **7.5智能回评** | **1.构建客户之声的智能回评能力，以AI与大数据等能力驱动，聚焦各平台官方账号，建立直达直驱机制，实现社媒VOC全面闭环管理，助力 TOC 高效运营。**  1）客户之声VOC下钻到原声（平台链接），AI机器人自动登录到平台；  2）灵活调用AI大模型，实现一站式智能获评、识评、回评、采评、存评；  3）覆盖各类型（视频、图文）评论区内容：产品发布（了解功能、使用体验、竞品对比）、日常分享（心得体会、情感交流、经验分享）、新闻资讯（新闻解读、资讯探讨、风向引导）、营销推文（询问渠道了解信息获取资源）、体验评价（购买体验、服务体验、售后体验）、汽车问答（问题求解、经验总结、操作指引）等；  4）多格式数据：文字、符号、表情；  5）AI自动生成话术并自动回复评论：提供链接/渠道、产品种草话术、引起用户共鸣、科普商品信息、分享已有资源、引导评论风向、控制群众舆情、提升用户体验、征求用户好评、解决售后问题、回复疑问模板等，赋能VOC运营组或AI客服快速回帖。  **2.人性化回复**  从原声定位到自动登录到平台，结合AI、算法模型等，对用户评论进行情感分析、意见提取，精准匹配评论类型，自动生成或调取回复话术。  **3.口碑风向引导**  高效发现各品牌负面内容、异常情况并及时预警，可及时回复客户的差评和负面言论，缓解客户对品牌的印象，引导品牌口碑风向，及时跟进预警工单，适配多场景应用。 |
| **38** | **7.6建立VOC运营机制** | **1.客户声音从被动听到主动改，联合各业务线、产品线制定客户声音共享与闭环联动机制，规范各客户声音等级的响应、处置、闭环的标准和时效要求。** |
| **39** | **7.7VOC运营推广** | **1.定期开展各项客户声音应用推广活动，包括系统应用培训、经营分析经验培训、专题分析报告、应用案例分享、分析竞赛等，建立数据运营体系，逐步培养数据文化。** |
| **40** | **7.8现场服务支持需求** | **1.为确保VOC项目的高效推进、稳定运营以及目标的达成，需引入第三方人员提供全面且深入的现场服务支持，基于目标和效果达成，第三方需提供专业团队，相关支持人员保持通讯畅通，随叫随到。**  **1）运营支持：**主导设计运营流程，保障长安稳定运营，动态优化流程；  ①运营经理/专家：负责主导设计运营流程，深入了解长安的业务架构、运营模式及相关系统，制定涵盖数据收集、处理、分析以及反馈应用等全流程的详细运营方案，保障长安稳定运营。在项目运行期间，密切关注长安业务动态变化，根据实际运营反馈和市场环境调整，及时动态优化流程，确保流程始终契合长安的业务发展需求。  a.业务培训：开展业务运营相关培训，重点包括AI自动打标系统的使用和优化方法。  b.数据支持：协助项目组获取和整理关键数据，确保AI自动打标系统的数据输入准确无误。  c.报告撰写或报告配置：定期撰写和配置洞察报告，结合AI自动生成的客户画像和业务场景，输出有价值的业务建议。  d.平台活跃支持：制定并执行平台活跃策略，包括宣传视频制作与推广，提升平台使用率。  e.运营闭环：推动运营落地闭环，确保问题得到有效解决。  **2）策略落地：**解读业务策略并本地化适配，全程跟踪实施，及时纠偏；  ①业务策略咨询师：解读长安制定的业务策略，结合长安所在地区的市场特点、文化差异、客户群体特性等，将宏观业务策略转化为适合本地实际情况的执行方案。在策略实施阶段，全程跟踪策略的落地过程，定期收集实施数据和反馈信息，运用数据分析工具和丰富的行业经验，及时发现实施过程中的偏差，并提出有效的纠偏措施，确保业务策略能够顺利落地并达成预期目标。  **3）算法提升：**持续优化升级算法，科学评估效果，定期迭代；  ①算法工程师 ：具备深厚的算法理论基础和实践经验，持续优化升级算法。针对VOC 项目的数据特点和业务场景，探索新的算法模型和技术应用，提高数据挖掘的准确性、客户声音分析的精度以及预测的可靠性。建立科学合理的算法效果评估体系，运用 A/B 测试等多种方法对算法性能进行量化评估，定期迭代算法。  a.精准度运维：持续优化AI自动打标的精准度，确保标签生成的高准确率和高召回率。  b.算法支持：提供算法架构设计、优化和维护支持，确保系统能够高效处理大规模数据。  c.语料库优化：根据业务需求定制专属语料库，提升AI模型对客户声音的理解能力，优化标签生成逻辑。  d.实时监控与优化：实时监控AI自动打标的运行情况，及时发现问题并进行优化，确保系统稳定高效运行。  **4）数据源接入：**规划多源数据接入，实施并运维保障。  ①数据集成工程师：专注于数据源接入工作，规划多源数据接入方案。全面梳理长安的各类数据源，包括但不限于社交媒体平台、客户反馈系统、销售数据系统等，明确不同数据源的数据格式、传输频率、接入方式以及数据安全保障措施。在接入实施过程中，负责与各数据源提供方进行沟通协调，解决数据接口不兼容、数据传输不稳定等技术问题。完成接入后，提供长期的运维支持服务，实时监测数据源的接入状态，及时处理数据传输阻碍、数据错误等异常情况，确保数据源接入的稳定性与数据的完整性。 |
| **41** | **8、移动端应用** | **8.1移动端与PC端同步建设升级** | **1.提供移动端+PC端同一取值数据源的不同平台应用的策略，并落地建设，满足PC端+移动端3秒的数据加载响应。**  **2.主页重点聚焦各业务洞察场景的可视化页面，实现移动端差异化个性化主页，具备信息共享、预警监控、预警提醒、任务提醒与下发、任务处理、评价等关键功能**。  1）简洁直观的用户界面：移动端应用界面简洁直观，便于用户快速访问和使用各项功能，提升操作效率。  2）任务下发与跟踪：支持移动端任务下发功能，用户可指派任务给团队成员，并实时跟踪任务执行情况，确保任务高效推进。  3）实时预警提醒：系统具备实时预警提醒功能，用户可在数据或状态发生变化时立即收到通知，及时响应异常情况。  4）总览看板设计：设计总览看板，集中展示关键指标和其他重要信息，提供全局视角。 |
| **42** | **8.2多移动端的兼容与前端呈现** | **1.构建满足（涉及OA系统、ichangan、邮件、企微等）前端完整看数能力；**  **2.基于PC端信息共享，提供移动端能加载和能看到对应分享业务完整的客户声音数据的策略，并建设落地。** |
| **43** | **9、功能优化** | **9.1原系统功能优化** | **1.对现有客户之声系统进行二次迭代开发，优化与新增功能需确保与现有客户之声VOC系统无缝集成，保证原有功能的稳定运行。**  **2.提供行业优秀VOC实践方案，对现有客户之声系统进行优化迭代，包含对原系统中影响用户体验（包含后端运营）的问题进行集中优化升级，以提升系统性能和用户体验，更好地满足业务需求。**  包含但不限于解决以下具体优化项：  语料管理页面：增加页数显示数量到500。  在线对话数据源：明细内容增加显示客户与机器人对话分段标签。  优化标准关键词管理页：显示20页以上；点击语料数量后跳转到语料管理，再次点击标准关键词管理默认显示10页，需要系统记忆设置习惯。  语料训练页：添加语料后选择标准关键词，建议增加显示数量；增加标注关键词筛选框，方便搜索特定关键词下的语料（PC端）。  语料管理/语料训练：匹配关键词筛选显示数量，优化显示准确性（PC端）。  本品分析-归因分析-TOP问题：展示全部，当前仅展示前30。  标准关键词管理-可批量修改-指标分类：优化为仅修改其中一个指标分类。  标准关键词指标下载：优化为选择性下载指定那一套指标。  负面TOP问题汇总梳理分析：尽快增加，并与竞品对比分析。  负面TOP问题：注明严重度。  洞察报告：TOP问题的车型分类应可下钻；增加更多组合分析界面，提升指标完备性；分析对比板块更直观，注明最适宜使用数据人群。  抱怨度专区：增加客户抱怨分析专区。  结论提炼：展示更清晰，图表简洁，可提炼结论。  数据内容：突出重点结论，降低非专业人士阅读门槛。  自助分析-明细查询页：增加筛选情感属性选项。  关键词搜索：按搜索词条频率排序。  导出筛选明细：改进下载任务管理界面状态显示不及时问题。  归因分析-明细导出-建议新增多个关键词一并导出功能  优化语料管理搜索准确性及流畅性（例如：1.第一次点击输入标准关键词或语料出来的结果并不是需要的内容。2.语料搜索流畅性太低，加载时间过长） |
| **44** | **10天王星迁移** | **10.1天王星分析功能迁移** | **1.天王星舆情洞察和质量口碑功能迁移至VOC，功能去同存异，不和VOC突出，包括以下功能：**  1)舆情洞察板块：  舆情概览、舆情市场（整体分析、舆情排名、舆情销量）、个人舆情分析（整体分析、用户观点、深度分析、论坛热帖、疑似水军、新车价格分析个人舆情对比）、媒体舆情分析（整体分析、热点传播、媒体观点、来源分析、媒体舆情对比）、舆情监控（个人舆情监控、媒体舆情监控、舆情定制监控）、一键导数（个人舆情数据、媒体舆情数据）。  2)质量口碑板块：  总体概览、投诉分析（排名与报表、趋势分析、对比分析、单品投诉分析、竞品投诉对比）、新车质量分析（排名与报表、趋势分析、对比分析、单品新车故障、新车故障对比）、问题映射管理（车质网投诉、汽车之家新车质量、CCC管理）、一键导数。  3)其他要求：支持天王星和VOC融合后业务部门新增的舆情和质量口碑相关的需求。 |
| 45 | **11、数据权限** | **11.1差异化权限** | **1.基于长安CMP账号权限体系，针对PC、移动端，构建满足不同领域角色、层级的差异化呈现权限管理体系。** |
| **46** | **12.1安全管理** | **1.提供数据安全策略方案，并落地应用。**  1)建立严格的权限管理体系，数据控制到字段级，支持针对单个用户或用户组，进行系统功能页面、数据维度（如品牌、指标体系、数据类型）多方面精细化管理能力。  2)针对数据数据库、前端可视化构建加密展示能力，并通过权限可以控制（权限开启可以看到敏感数据，权限关闭不能看到，点击小眼睛呈现完整的数据） |
| **47** | **13.1内容脱敏呈现** | **1.针对原始数据中的客户手机、身份证好、VIN、车牌等敏感信息进行加密展示，通过独立权限控制，默认\*号替代其中部分数据，通过权限小眼睛单一点击控制。** |
| **48** | **14.1附件管理权限** | **1.针对内部400语音、外部链接等原始声音查看，构建独立权限管控。** |
| **49** | **15.1数据培训及普及** | **1.通过数据培训与普及，提高员工的数据素养，并推广数据分析在企业中的应用；**  **2.开发针对客户之声VOC数据安全的培训课程，涵盖数据保密、数据完整性和数据可用性等核心内容。** |
| **50** | **12、集成部署** | **12.1系统部署要求** | **1.要求私有化部署（部署在长安汽车机房）。本地化部署需先在测试环境部署验证，待通过验证后迁移到生产环境。在投标方方的服务期内（含项目实施期、免费维保期、付费维保期）需提供相应产品的升级服务。**  **2.基于AI大模型、数据爬虫等，提供系统部署策略方案，满足长安安全、本地化或云部署的全部要求。**  **3.要求相关部署产品license采用一次性买断。且在供应商的服务期内（含项目实施期、免费维保期、付费维保期）提供相应产品的升级服务。** |
| **51** | **12.2私有化部署补充要求** | **1.用到的相关组件共享源码及相关的文档（对于自有知识产权的组件双方协商解决）。** |
| **52** | **13、运营** | **13.1运营要求** | 1. **需基于VOC整体建设策略方案（含运营方法、目标、路径、运营执行等内容），提供完整的VOC运营策略方案，整个项目建设期间，由中标方主导VOC分析、应用闭环等内容运营工作，并达成项目设定的运营指标，及提供培训完成长安自主可控；** 2. **项目质保运维期间一年内（项目验收后一年），中标方需提供必要的客户之声ＶＯＣ运营专人，提供策略、实施推进、运营提升等服务内容，保证本项目所需的能力，以及运营目标效果全面达成；** 3. **建设过程中（项目验收前）涉及所有精准度运营、ＶＯＣ业务、闭环运营等所需资源（人、算法升级等）均由中标单位提供；**质保完结前，乙方需持续升级本项目所有AI、算法、功能优化等服务，以及持续提供AI标准与训练。 4. **项目先期交流、讲标、建设、运营等方案制定等需由同一团队成员来完成，保证策略的连贯性和落地性，如发生人员变化需对历史所有需求理解和设计内容无缝承接、推进。** 5. **主导AI运营及训练，建立行之有效的客户之声VOC所需的AI运营方法、目标、路径，并按计划达成设定目标。** 6. 基于需求审视，保障数据分析的延续性，需完成老系统历史数据无缝迁移，满足历史信息的查询、应用、可视化等。 |
| **53** | **14、海外建设** | **14.1海外建设路径的跑通** | **1.提供海外数据建设的策略方案。**  **2.探索构建海外（至少包含东南亚市场）私域+公域核心渠道VOC的接回、翻译、识别、可视全流程闭环的策略，并落地建设。**  **3.至少完成私域1个、公域2-3个的接回。**  **4.提供海外数据接回安全性策略方案，保证数据接回可执行，合规合法。** |

备注说明：基于需求端到端管理，涉及部分建设需求，为保障模块完整性、易读性，报价时请剔除与忽略重复内容部分。

4.AI核心需求，需提供包含但不限于以下AI场景需求，提供完整的策略方案，以及建设落地，且算法能力需解耦单独部署，明确输入输出形成设计文档，在【盖亚API全生命周期系统-AI算法平台】目录下注册，实现长安公司统一纳管：

1）数据爬虫：PRA机器人自动爬虫，实现长安自主可控

2）问题判断：构建AI实时自动识别客户主题、观点、情感

3）信息回复：AI机器人公域VOC自动回复与私信

4）智能问数：构建基于不同主题智能问数能力

5）智能报表：构建基于不同主题报告智能生成能力

6）智能预警：构建数据变化情况，构建数据的预警预测能力，以及实时预警预测能力

7）智能总结：基于多维数据表，构建数据总结能力

8）新词发现：基于客户体验代码，针对新增VOC关键词能自学习，可用性80%以上。

 包含提供公域数据爬虫能力、语音/图片/视频转文字能力、智能体回复能力（含公域场景）、数据分析模型能力、模型自动优化能力、预警能力。

4.项目指标要求：本项目包含运营类、能力类指标，项目交付前均需达成。指标的定义

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 类型 | 指标 | 目标值 | 定义说明 |
| 1 | 运营类 | 公域客户咨询回复 | 100% | 针对识别到的咨询类VOC，机器人自动100%回复。 |
| 2 | 运营类 | 建议声音闭环率 | 100% | 针对识别到的建议类型VOC，实现100%共享全价值链各业务单位。 |
| 3 | 运营类 | 抱怨声音闭环率 | ≥95% | 针对识别到的抱怨投诉类型VOC，基于定义范围和处理闭环形式，实现≥95%闭环管理 |
| 4 | 运营类 | VOC采纳率 | ≥50% | 针对共享各业务单位的声音场景，提升有效VOC价值挖掘，叠加管理手段，促进业务单位采纳应用VOC闭环，采纳率=VOC有用采纳次数/VOC周期内共享次数 |
| 5 | 运营类 | BPO运营效率 | ≥20% | 相同场景，坐席单位时间内处理问题的数量及质量 |
| 6 | 能力类 | 视频、音频普通话语音识别准确率 | ≥95% | 语音识别准确率是指语音机器人系统正确识别用户语音输入并转化为文本的比例。它衡量了语音转文本（ASR）的准确性。 |
| 7 | 能力类 | 精准率 | ≥85%（公域）  ≥90%（私域） | 算法模型已经识别的结果中，客户表达所有意图（实体、观点、情感等）中能被准确识别出来的占比：（正确识别的意图数/算法识别出的总意图数)\*100%；本验收指标需在需求对接阶段与业务及算法团队达成一致。 |
| 8 | 能力类 | 召回率 | ≥85% | 客户表达所有意图中（实体、观点、情感等），能被准确识别出来的占比：(正确识别的意图数/客户实际意图总数)\*100%；本验收指标需在需求对接阶段与业务及算法团队达成一致。 |
| 9 | 能力类 | 生成类评估 | ≥4 | 由人工从流程性、相关性、完性、安全合规评分维度，对大模型等生成内容进行评价，5分值(1分表示非常差，5表示非常好)，取平均值 |
| 10 | 能力类 | OCR文本识别准确率 | ≥90% | OCR识别准确率是指光学字符识别系统正确识别图像中文本、图表内容的比例。 |
| 11 | 能力类 | 核心数据源实时采集 | 不超过4小时 | 核心数据源小时级轮巡采集与识别可视 |
| 12 | 能力类 | 前端数据加载速度 | PC端最长不超过5秒；移动端不超过3秒 | 指点击或刷新页面，数据加载完成的时长。 |

**四、项目假设**

1. 1.客户之声VOC系统优化功能设计合理，使用人性化，模型效果可满足业务人员具体需求；
2. 2.基于对目前需求理解的一致；

3.业务数据能够按照要求，进行数据标准的制定；

4.相关业务系统能按要求，在本项目开发需要的时间内完成改造或建设；

5.相关业务系统能按要求，将数据接入到数仓并能持续稳定提供数据抽取。

**五、业务需求**

**1、总体流程**

从听见声音、听清声音、听懂声音、应用改善四个维度升级客户之声VOC聆听系统。构建一个能全面收集、处理、洞察客户声音的系统，为研、产、供、销、运提供实时、全渠道、全品牌、全维度客户直联洞察平台，满足过程全透明、结果可评价、管理可驱动，快速驱动产品和服务的改善，提升企业的竞争力。

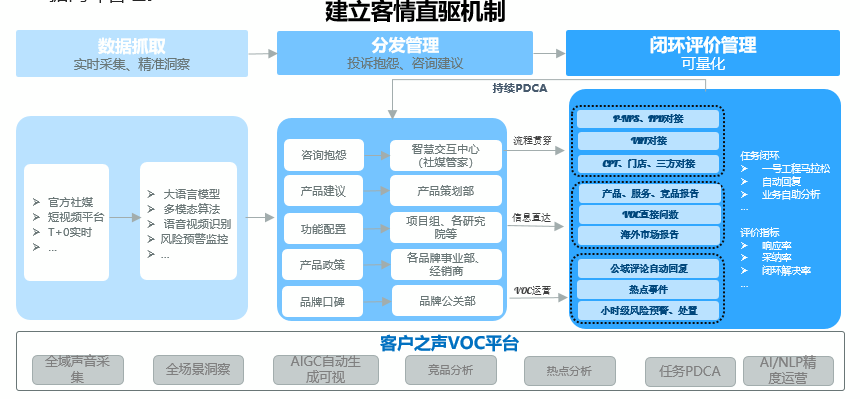
**2、业务流程及主要功能**

按不同领域进行责任指定与任务指派，并对分发任务实现PDCA闭环管理，以及支持对相关任务改善效果进行有效分析和评价。

整体流程如下：



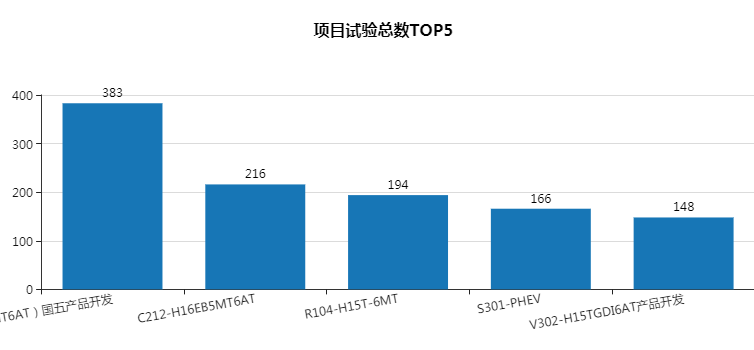
客户之声数据直驱机制如下所示：



**3、系统报表**

要求设计长安汽车客户之声VOC聆听系统建设项目分析报表，根据业务需求，按需基于可视化界面端图表组件，**通过拖拉拽完成定制图表的**构建。可视化展示数据源接入初始情况分析、总体分析、按分类体系多维度分析、产品设计分析、产品质量分析、营销服务体验分析、关键词分析、业务个性化分析（对可识别身份客户，支持与客户行为数据、客户画像平台关联分析）。 基于不同业务应用场景下开展的业务报表开发，支持多种图形的自定义展示,包括但不限于以下图表类型，同时支持图表类型的自定义添加和删除功能。根据洞察，形成研、产、供、销四大领域报告及社群运营周报等专题分析结论性报告。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **报表类型** | **具体需求描述** |
| 1 | 饼形图（环状饼形图） | 支持数据源的自定义绑定  支持多种数据源的配置  支持图表分析样式的自定义  支持图表分析维度、规则的在线编辑  支持图表在线分享功能，分享企业微信、微信等  支持图表导出成图片、数据表格 |
| 2 | 柱状图 |
| 3 | 分组柱状图 |
| 4 | 堆叠柱状图 |
| 5 | 条形图 |
| 6 | 分组条状图 |
| 7 | 堆叠条状图 |
| 8 | 折线图 |
| 9 | 分组折线图 |
| 10 | 面积图 |
| 11 | 散点图 |
| 12 | 气泡图 |
| 13 | 雷达图 |



图表展示示意

**4、业务数据交互 —— 多维分析**

要求客户之声VOC支持实现对客户声音的全方位综合分析，并以饼图、柱状图、折线图、表格等报表方式实现数据的呈现，支持数据的向下钻取，同时图形化的报表可支持以表格方式下载数据，核心业务场景支持可编辑的PPT、EXCEL报告，以支撑业务的个性化分析。

支持与客户行为数据、客户画像平台打通，实现关联分析。

相关个性化分析报告，支持共享。

**5、业务用户量**

长安汽车客户之声VOC聆听系统将在公司各部门及相关业务部门核心分析人员中应用，考虑到数据敏感性，规划未来3年内控制在10000人以内。相关可视化内容的响应时间虽将受限于硬件资源和查询请求的复杂程度，但要求500个并发时系统满足：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **报表类型** | **80%报表** | **20%报表** |
| （PC）汇总报表打开 | 1-5秒 | 5-10秒 |
| （PC）复杂报表打开 | 1-10秒 | 10-20秒 |
| （PC）明细报表打开（后台5亿条记录以内） | 1-20秒 | 20-30秒 |
| （PC）明细报表打开（后台5亿条记录以上） | 1-30秒 | 30-40秒 |

说明：

（1）汇报报表：显示单指标的维度聚合报表，一般后台对应1个数据表，且为内存存储方式。

（2）复杂报表：显示多指标的维度聚合报表，一般后台对应2个以上的数据表，且为内存存储方式。

（3）明细报表：显示数据仓库最细颗粒度的明细报表，未经维度聚合的报表。

**6、业务数据量**

客户之声数据来源主要来自内部系统和外部数据，核心数据实现实时更新，所有数据每天更新，同时支持对历史数据的存储，未来5年内系统数据量将达到10T。

**7、业务灾难恢复**

1）灾难场景假设

• 由于软件系统问题引起的系统宕机；

• 系统硬件设备问题引起的系统宕机；

• 系统设备所在机房的损毁；

• 系统设备所在建筑的损毁。

2）系统灾难恢复要求

• 软件系统问题引起的系统意外宕机恢复时间小于4小时；

• 系统应7天进行自动备份一次；

• 系统应保证每天24小时的连续正常运行。

3）备份与恢复解决方案要求

• 要求提供满足灾难假设和灾难恢复要求的完整备份方案和恢复方案，包括备份数据库和应用；

• 推荐合适的灾难恢复计划（包括应用及数据库恢复）。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **灾难场景** | **备份方案** | **恢复方案** |
| 1 | 软件系统问题引起系统宕机 | 1、数据双机热备  2、应用发布包进行版本管理 | 修复软件系统问题，重启系统 |
| 2 | 硬件设备问题引起的系统宕机 | 1、数据双机热备  2、应用发布包进行版本管理 | 从双机热备恢复数据和应用部署包，重启系统 |
| 3 | 系统设备所在机房的损毁 | 1、数据双机热备  2、应用发布包进行版本管理 | 如果当前机房损毁严重可在其他机房服务器中重新部署软件系统 |
| 4、 | 系统设备所在建筑的损毁 | 1、 数据双机热备  2、 应用发布包进行版本管理 | 异地重新部署软件系统 |

**7、其他硬件要求**

• 根据业务需求和应用场景，推荐合适的硬件配置和硬件部署拓扑图；

• 在硬件拓扑图基础上推荐合适的软件部署方案。

 项目周期内，要求应用在长安认可的服务器资源上进行部署，保证资源满足业务需求，且遵守国家法律法规要求，确保数据全生命周期安全，所提供的产品无条件支持跨云环境迁移或迁移至GDC机房，期间涉及的所有费用由该项目中标供应商承担。

**六、系统平台**

**1、总体要求 —**

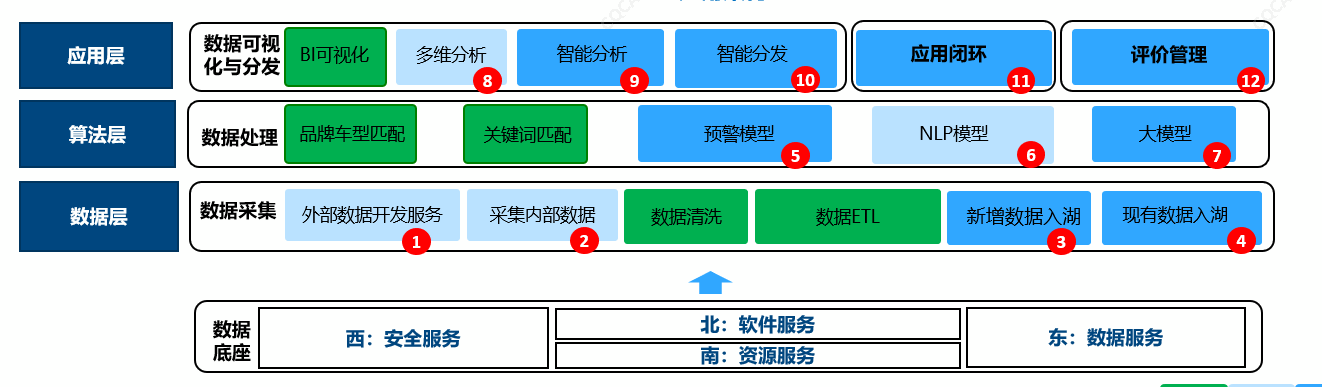
下方是招标方给出的系统架构及相关硬件参考配置（包括所使用的服务器、数据库、服务器操作系统的配置参考信息），请参考该信息准备技术方案。如有特别需求，请在技术方案中明确列出，并给出需求原因。

技术架构要求条款，需遵循《IT项目管理（ISDP）技术架构要求》（附录）。请将遵循的技术条款作为该项目技术架构要求，在该章节中明确列出。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 技术分类 | 小类 | 技术要求条款 |
| 1 | 前端开发 | 前端技术要求 | 使用长安规定的统一前端开发框架 |
| 2 | 组件库建议使用长安统一的前端组件库(必须基于element-plus) |
| 3 | 使用Vue技术栈，版本必须使用3.3.x以上 |
| 4 | Vue 存储库必须使用pinia 2.1.x以上 |
| 5 | node版本必须使用16.x.x及以上 |
| 6 | 包管理工具使用pnpm  8.x.x及以上 |
| 7 | 构建打包工具必须使用vite  4.4.x及以上 |
| 8 | Web浏览器兼容性要求 | web系统最低兼容的浏览器内核版本为Chromium 85或支持特性一致的其他内核 |
| 9 | 应满足最低兼容性适配要求，并适配国内市占比①较高的浏览器，包括Chrome、360安全浏览器和Edge、QQ浏览器、火狐、Safari等 |
| 10 | 对于服务内部员工的web系统，应满足最低兼容性适配要求，并至少适配Chrome、Edge及奇安信可信浏览器和360安全浏览器两款国产浏览器。 |
| 11 | 不再要求兼容IE及Edge的IE模式。新建及升级重构的项目不能仅适配IE。 |
| 12 | 对于不在兼容范围的浏览器，web系统需要提供友好的升级引导提示，并提供满足项目需求的浏览器官方安装程序（包括window、linux版本）。 |
| 13 | 对保有系统进行升级和重构，也应遵守以上要求，做好浏览器兼容性适配升级工作。 |
| 14 | 埋点要求 | PC端系统、小程序、APP应用必须植入长安统一的埋点工具提供的SDK包 |
| 15 | 视觉设计要求 | 要求项目实施遵从体验质量要求，并在系统设计及构建阶段进行界面视觉测评，测评达到80分方可上线。 |
| 16 | 后端开发 | java后端技术要求 | 使用长安提供的统一后端开发框架； |
| 17 | jar包依赖，只能使用长安内部指定Maven库，引用外部jar包，必须提供依赖包源代码给长安； |
| 18 | 新增JAVA项目JDK版本选用17及以上； |
| 19 | Spring Boot版本选用3.X.X及以上； |
| 20 | Spring Cloud版本选用2022.X.X及以上； |
| 21 | API接口文档中间件，采用SpringDoc 2.2.0 或 Knife4j 4.3.0 版本及以上； |
| 22 | 应用日志中间件，采用Slf4j或Logback； |
| 23 | 持久层框架，采用Mybatis-Plus 3.5.3.1版本及以上； |
| 24 | 服务调用，采用OpenFeign 1.1.0版本及以上； |
| 25 | 服务器操作系统要求 | 新上线的IT系统要求使用国产化服务器操作系统，使用麒麟OS或统信OS。操作系统软件由大数据中心统一提供。 |
| 26 | 关系型数据库要求 | 纳入信创建设的项目按要求使用国产化数据库，其他使用开源数据库Mysql 8.x版本及以上，MySql不满足特殊场景下，可选用商用数据库Oracle 19c版本及以上； |
| 27 | 常用中间件要求 | 分布式缓存，采用Redis 7.2.0版本及以上； |
| 28 | 普通消息队列，采用RocketMQ 5.1.3版本及以上； |
| 29 | 大数据消息队列，采用Kafka 3.5.0版本及以上； |
| 30 | 定时调度中间件，采用XXL-JOB 2.4.0版本及以上； |
| 31 | 服务注册与发现、配置管理，采用Nacos 2.2.1版本及以上； |
| 32 | 熔断降级，采用Sentinel 1.8.6版本及以上； |
| 33 | 分布式事务，采用Seata 1.7.0版本及以上； |
| 34 | 链路追踪，采用Skywalking 9.x版本及以上； |
| 35 | 微服务拆分与设计要求 | 1、涉及业务数字化能力沉淀及业务重构，采用微服务架构建设，建议参照《长安汽车大数据中心微服务拆分与设计规范》执行；  1）参照“V模型”作为微服务拆分设计工作流程开展；  2）基于Y模型方法指导业务运作模式重构，梳理出L5级业务流图；  3）基于DDD方法指导业务活动的服务化，输出服务矩阵表、服务架构图；  4）软件工程代码构架，建议按用户接口层、应用层、领域层和基础层搭建； |
| 36 | 移动开发 | 移动端开发要求 | 1、科研类新建项目，移动开发框架(包括H5、iOS、Android)建议使用长安提供的统一移动开发框架； |
| 37 | 2、H5应用必须遵循《长安汽车数字底座PC端前端开发规范》通用技术开发规范（5-10章）内容 |
| 38 | 3、iOS应用必须支持iOS系统12.1及以上； |
| 39 | 4、Android应用必须支持Android系统7.0及以上； |
| 40 | 应用系统集成 | 接口技术要求 | 1、接口设计必须满足以下要求：  1）接口协议必须是http或者https；  2）接口必须是restful风格；  3）接口数据量大小低于10M  4)接口路径命名，版本控制，接口注册管理流程具体参照规范执行。 |
| 41 | API要求 | 1、应用系统间调用的API接口，要求注册到“API全生命周期管理系统” |
| 42 | 2、跨系统间API调用，必须通过“API全生命周期管理系统”进行调用 |
| 43 | 公共服务 | 监控预警 | 采用JAVA语言的，建议加入应用性能监控工具，推荐使用底座组提供的统一Prometheus exporter |
| 44 | 统一身份认证要求 | 如本项目中包含员工OneID需求，则需按如下要求开展系统设计和实现:  (1) 将使用iChangan Rescenter进行统一身份认证  (2) 利用iChangan BPM进行跨部门审批业务流程E化、审签和移动审批处理；  (3) 通过iChangan MSCenter统一消息发送渠道，向员工发送本项目的企业微信、iChanganAPP、短消息、邮件息的通知； |
| 45 | 研发过程管理 | 源代码管理 | 项目的代码必须全部在长安http://git.changan.com统一代码仓上管理 |
| 46 | 项目构建管理 | [java类的项目构建与部署必须使用长安统一构建系统http://gaia.changan.com/devops/](http://gaia.changan.com/devops/)  [确保代码仓、测试环境发布应用、生产环境发布应用保持一致。](http://gaia.changan.com/devops/) |
| 47 | 测试管理 | 测试用例、测试缺陷管理必须使用长安统一测试管理系统 |
| 48 | 代码质量 | 上传的代码质量检查报告检测时间为上线当月的 |

**2、软件架构**

系统应用架构如下（完善）东南西北打开



系统架构说明如下：

1)采用本地化部署

2)模型训练部分有独立的训练框架，方法和专门的GPU训练环境，由供应商提供资源并赋能方法，不影响系统的上线功能及使用。

3)在系统冗余设计上，所有组件采用冗余设计，保证系统可用性不低于99.99%。

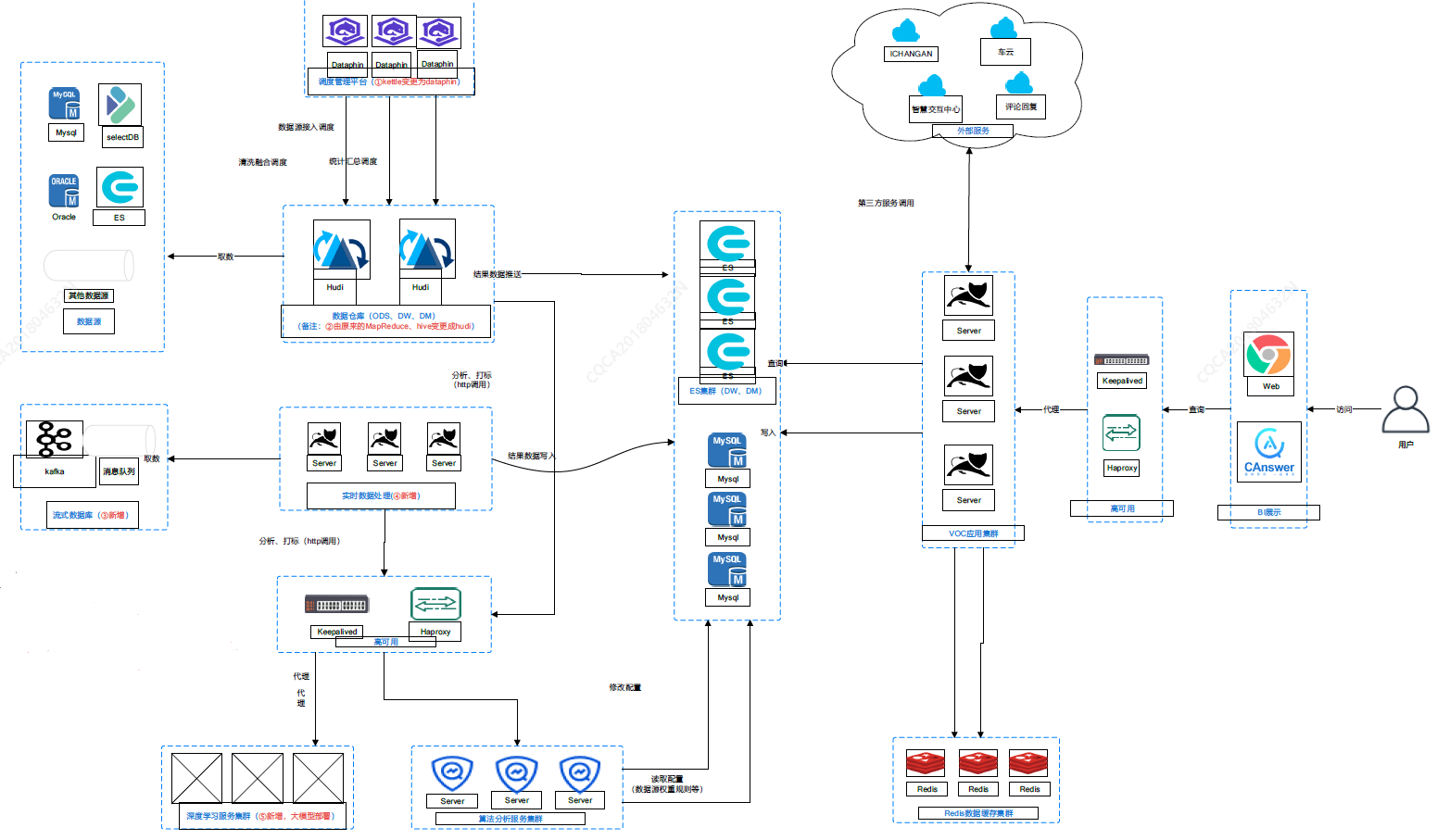
系统中可能用到的软件清单如下,如不满足，请投标方按需补充。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 软件名称 | 版本 | 用途简介 |
| 1 | RedHat | 7.4 | Linux 操作系统 |
| 2 | MySQL（或MariaDB10） | 5.7 或以上 | 结构化数据存储 |
| 3 | HAProxy | 1.7.x | HA 高可用控制  Http、TCP 连接负载均衡控制 |
| 4 | Tomcat | 8.0.x | WEB服务器 |
| 5 | ElasticSearch | 7.8.x | 非结构化数据存储，全文检索 |
| 6 | Redis | 3.2 | 内存数据库，数据缓存 |
| 7 | JDK | 1.8 | Java |
| 8 | StarRocks | 2.5及以上 | 结构化数据存储 |
| 9 | Hadoop | 2.6.0 | 分布式系统基础架构 |
| 10 | Hive | 2.1.1 | 数据存储 |
| 11 | Kafka | 3.3.1 | 实时数据存储 |

**3、硬件架构**

为满足业务数据保密和快速上线需求，项目整体采用私有化部署，投标方根据涉及的IT基础设施各方面对应用系统或业务的支撑情况进行分析、设计可用的硬件架构。

1)硬件架构图仅供参考：



1. 本项目涉及到的所有GPU资源及应用系统资源均由供应商提供，项目验收前长安有资源后制定后期切换方案及完成落地。
2. 预计硬件资源清单供应商请提前预估并做好准备，避免耽误项目开发周期；

**七、项目实施**

**1、时间/计划**

项目实施计划是指从项目启动到系统上线所需时间，需由供应商和招标方共同评估；项目实施周期不超过8个月（从项目启动到系统上线），其中用户测试时间不能少于0.5个月；上线后支持不少于12个月（不包含在实施期内）。

在技术方案中需提供项目详细实施计划，应包含：1. 需求分析（包括项目准备、项目启动）；2. 系统设计；3.系统构建（开发与系统测试：包括供应商测试（单元测试，集成测试，系统功能测试，系统性能测试，系统安全测试）、IT内部测试、用户测试）；4.系统部署；5. 上线支持；

其中必须明确每项任务的负责人

其中必须明确每项任务的详细资源分布计划（1、支持人数；2、支持方式（如，现场支持/远程支持等））

其中必须明确每项任务的输入输出（文档、数据、资料等）

其中必须明确各阶段交付项和验收标准

**2、质量**

要求项目实施符合招标方CA-ISDP流程及工作方法。项目实施需包括需求分析、系统设计、系统构建、系统部署和上线支持五个阶段，必须包含测试及培训等工作内容。

必须配合招标方关闭安全审计相关的问题；并按照招标方CA-ISDP流程配合我们完成相关的文档工作。

要求项目实施遵从招标方代码和质量管理相关要求，包括不限于《Java代码编写规范》、《重庆长安汽车股份有限公司IT项目质量管理手册》等规范标准。

要求项目实施遵从招标方相关体验质量相关要求（包含不限于《重庆长安汽车股份有限公司PC端软件界面视觉吸引性设计规范》、《重庆长安汽车股份有限公司PC端软件界面视觉吸引性设计标准》、《重庆长安汽车股份有限公司移动端软件界面视觉吸引性设计规范》、《重庆长安汽车股份有限公司移动端端软件界面视觉吸引性设计标准》），并在系统构建阶段完成后进行测评，通过测评方可上线 。

项目的代码必须全部在长安http://git.changan.com统一代码仓上管理。支持代码导出后本地正常构建、编译、运行。

java类的项目构建与部署必须使用长安统一构建系统http://gaia.changan.com/devops/，确保代码仓、测试环境发布应用、生产环境发布应用保持一致。

测试用例、测试缺陷管理必须使用长安统一测试管理系统

上传的代码质量检查报告检测时间为上线当月的(有JAVA源码交付给长安的项目 )

**3、信息安全技术要求**

本项目按照“安全三同时”原则符合招标方关安全管理相关要求，包含不限于《信息系统建设安全控制管理程序》等。按照招标方应用开发安全设计方案，进行安全开发实现，主要包括：

1. 通用应用功能安全实现类，包括双因素认证、二次验证（签名等）、菜单级以上全局权限控制、安全审计、数据识别、数据接入控制、用户敏感操作行为审批流程功能等；
2. 增强应用安全功能实现，包括数据脱敏、数据加密、数据水印等；

说明：可依赖招标方提供的安全能力组件环境。

1. 安全配置实现，应按照招标方安全基线及安全策略要求，进行应用开发安全配置。
2. 招标方进行安全验证发现的安全问题，投标方应快速整改，直至招标方安全验证通过为止。
3. 供应商应按照信息安全技术要求，严格进行安全相关测试和缺陷关闭，确保交付的系统或功能不存在安全漏洞；并在上线前通过招标方的安全测评审查。

**4、培训**

要求提供业务用户培训，能满足用户日常使用系统的要求。

要求提供数据库管理员培训，能满足系统日常数据库维护、问题处理、数据库升级的要求。

要求提供系统维护人员培训，能满足系统日常维护、问题处理、系统升级的要求。

所有培训必须是到现场进行的，培训前必须提供相关培训材料和制定培训计划。

**5、项目交付物**

项目交付物必须符合招标方以下交付物标准及要求：：

全部程序代码，应按照长安《IT软件项目代码配置管理程序》要求上传到长安配置库。

必须提交包含但不局限于以下项目文档：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **工作阶段** | **服务项目** | **内容描述** | **交付物和验收标准** |
| 项目管理 | 项目管理 | 项目启动会议 | 《项目启动会PPT》 |
| 项目计划 | 《项目整体计划》 |
| 需求分析 | 业务需求分析 | 完成业务方面的需求调研，系统功能调研,可行性分析 | 《需求分析说明书》  通过评审 |
| 系统设计 | 业务流程及系统方案设计 | 系统整体方案设计:包括业务流程设计、系统架构设计、系统流程设计、数据库设计、接口设计、数据流设计、系统安全设计、定义系统安全等级、定义系统业务角色、定义系统权限、界面设计等。 | 《业务流程设计》  《系统详细设计说明书》  《系统安全设计方案》  《系统关键任务UI高保真设计图 》  《AI算法模型设计说明书》  通过评审 |
| 系统开发  测试 | 系统开发，系统测试等工作 | 完成系统开发或二次开发工作，完成测试环境准备及搭建，系统功能和性能测试方案和计划，完成包括功能测试、性能测试以及出具系统测试报告。 | 《代码质量报告》  《系统测试方案及计划》  《系统功能测试报告》  《系统性能测试报告》 |
| 系统部署 | 完成生产环境搭建、用户培训及上线准备等工作 | 编制用户使用手册、培训最终用户、配置正式环境、准备系统数据、确定服务等级SLA、编制用户测试计划，编制系统运维操作说明、召开上线启动会、完成上线审批工作 | 《系统安装部署配置手册》  《用户操作手册》  《系统管理员操作手册》  《用户培训报告》  《用户测试报告》  《系统运维手册》  《服务等级协议》  《系统运维服务方案》  《系统运行管理手册》  《AI算法模型部署实施方案》 |
| 上线运行 | 上线切换 | 生产环境上线，上线后支持，运行状态监控、运行问题及解决 | 《问题跟踪表》并关闭问题 |
| 项目验收 | 项目验收和总结会 | 总结项目工作情况并分析项目成效，总结项目技术路线，召开项目验收会议，进行项目验收。 | 《IT项目用户意见》  《IT项目工作报告》  《IT项目技术报告》  《项目验收报告》达到验收标准并通过项目验收 |

**6、组织架构及人员要求**

在技术方案中需提供实施团队组织架构、项目成员清单包括人员姓名、项目职位、职责、资质及任务；该清单需和项目实施计划中的负责人有所对应，以明确职责和任务。

具有跨软件开发、平台架构、用户运营等经验的服务团队，并驻场为长安提供定制化现场服务，业务策略专家、项目经理、技术经理、产品经理、运营经理、测试经理每个岗位均需经过长安面试通过，其他要求如下：

·项目成员清单需满足并体现以下要求：业务策略专家1名，必须具备VOC全流程端到端闭环设计、建设、运营等项目经验，不少于5年；项目经理不少于1人，必须具备大型项目管理经验，不少于8年；系统分析设计人员（系统架构师）不少于1人，必须具备客户之声VOC类系统设计开发经验，并且开发经验不少于8年；产品经理不少于1人，必须具备客户之声VOC类系统产品设计经验，并且产品设计经验不少于8年；系统开发人员必须不少于10人，必须具备5年开发经验；UI设计人员必须不少于1人，并且设计经验不少于5年；系统测试人员必须不少于1人，必须具备客户之声VOC类系统测试经验，且测试人员不能由本项目的设计和开发人员兼任；客户之声VOC运营专家不少于4人，必须具备客户之声VOC运营5年以上经验，（需具备至少2名VOC业务闭环运营、1名AI场景与算法运营、1名精准度运营等经验）。

* 项目目建设初期，投标方需要弹性保证足够的人力资源投入（非临时招聘，在本公司工作1年及以上）至少保证30人左右的团队专职与本项目服务，现场不少于20人，项目关键人员由招标方审核通过后入项。
* 项目实施过程中，原则上不允许项目组成人员的调整和变化。如投标方遇有人员变化需要提前申报招标方，必须保证项目进度不受人员变动影响（1、变化前后的人员资质相当；2、当前阶段所有项目工作顺利交接），需提前至少一个月工作交接，并经甲方项目负责人同意后方可。

·运维期间：从项目启动建设到质保运营一年内，除提供系统正常运维工作1-2名专员外，中标方需提供VOC运营专人（交付到运维结束期间至少专人2人），提供策略、实施推进、运营提升等服务内容，保证本项目所需的能力，以及运营目标效果全面达成；以及中标方需提供足够的运维人员，保证日常系统正常运维外，按需提供历史跑数、AI算法优化、数据接入与清新、平台前后端能力优化等，保证平台能持续满足业务需求；

项目实施、开发和服务工作不允许转包给其他个人或公司（除因项目本身需求，需补充项目缺失或不足的专业能力或经验，经过长安汽车书面同意情况除外）。

现场办公：中标单位需按长安要求及时驻场，以及中标单位需提供集中办公所需场地（办公场地要求，不超过长安汽车VOC业务团队办公地点2公里的范围）。

投标方人员在招标方现场办公，必须遵守现场公司的、项目组的相关制度（保密制度、上班制度、安全管理、投标方人员考勤制度等）；

**7、项目实施方法**

根据项目的关键节点及实施进展情况，要求以定期和不定期的方式做项目汇报。其中包括：

1）每1周一次的项目状态汇报，每月最后一周会议，中标单位资源决策层级人员需参会；

2）项目阶段性状态关闭汇报，在项目阶段性节点关闭时，要对项目的完成状态进行汇报；

3）其他招标方要求的不定期的项目报告。

要求定义项目变更控制流程，以管控项目范围和进度；

需提供其他有利于项目时间/质量/费用控制的方法及策略

需明确任何造成项目时间、质量和费用不满足业务要求时投标方应承担的责任

**8、项目变更**

要求系统在建设期间及上线后3个月内免费支持项目范围内的所有变更，在质保期间为了用户有更好的使用体验，允许有15%的新增需求或变更需求。

**八、投标方资质**

投标方必须提供企业的以下信息：

企业开发及经营的软件产品列表，以及企业主营业务中拥有软件著作权或专利（关键字包括以下之一：客户之声、VOC、客户体验等）等自主知识产权的有效证明材料；

提供近五年（2020年1月1日至今）2个与本项目相关的合同，且企业独立完成的，其中一个合同金额大于300万人民币的软件开发合同（协议）

团队要求：乙方在册人数≥100人，须提供相关政府部门开具的近3个月社保缴纳人数≥100人的证明文件。

乙方具备完善的产品开发管理体系、质量管控体系、信息安全管理体系或信息安全服务体系；或乙方提供的产品符合产品开发、质量管控体系、信息安全管理体系或信息安全服务体系相关要求。（提供企业自建的产品开发管理标准或制度、ISO 9001认证复印件（原件备查）、ISO 27001或CCRC的认证复印件（原件备查），均需加盖公章；

注册资本1000万元人民币及以上（或等值外币），注册时间5年及以上（提供营业执照复印件并加盖公司公章）

近三年（2022年、2023年、2024年）每年营业收入达1000万元及以上。（提供对应年限经第三方审计的财务报表复印件并加盖公司公章，或提供对应年限每年累计金额不低于1000万元的合同复印件并加盖公司公章。）

需组建独立的团队服务于本项目，核心服务人员不少于18人，提供团队名单、组织构架、社保证明等材料说明。整个核心服务团队人员不得同期服务其他企业（提供承诺函，格式自拟并加盖公章）；

本地服务保障：投标方承诺提供≥30人的工作场地且在20分钟通勤范围内（如当前无工作场地，则提供3个备选方案），用于该服务团队的重庆驻场办公。须提供承诺函并盖章，。

乙方承诺未被“信用中国”列入失信被执行人名单；未被长安汽车列入暂停业务等不适合参与项目的风险管理项（提供加盖公章承诺函）；

未在T3（中国第一汽车集团有限公司、东风汽车集团有限公司、中国兵器装备集团有限公司）、长安汽车黑名单范围内（须提供承诺函，格式自拟，加盖公章）。

**九、系统服务**

9.1项目上线后，供应商须无条件支持部署迁移，包含数据等，迁移具体标准以长安确定方案为准。

9.2项目验收后，需要提供1年免费系统维护的支持（包括问题咨询、系统bug的解决、系统巡检等），以及升级服务方案。要求提供7×24小时在线专家支持服务。要求在技术方案中明确服务人员清单及服务方式承诺。

9.3供应商需提供自本项目建设上线后，未来3年内需要持续产生的服务项（包括软件技术支持、云服务等）、计费方式、计费标准、服务级别等。

9.4 本项目提供的所有服务均为一次性收费

9.5本项目的软件/服务的使用无任何限制：包括用户量，并发量，横向扩展，部署多套环境、license等均无限制。

项目全生命周期内需明确的服务类别、等级、条款，需包含以下内容：

问题等级及响应时间；

服务方式；

服务费用；

服务支持内容

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 服务类别 | 具体内容：示例，按需自行调整 | 服务交付内容 |
| 示例：日常问题支持 | 对设备或系统在使用过程中所产生的各类系统问题及故障提供故障诊断及恢复服务。 | 问题处理报告 |
| 示例：备件更换服务（项目系统建设中若有硬件） | 对设备在使用过程中所产生的各类问题及故障提供故障诊断及恢复服务，并免费提供原厂备件服务。 | 备件更换记录 |
| 示例：系统BUG处理 | 对系统或程序使用过程中产生的上线前未被发现的缺陷或问题进行恢复、解决。 | 服务支持报告 |
| 系统巡检 | 对设备或系统定期进行巡检。 | 巡检报告 |
| 其他结合实际要求自行添加 | 协助和配合用户完成其他系统与之关联的问题分析和诊断，包括补丁更新等 |  |

运维等级定义

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 严重等级 | 描述 | 问题特性示例参考 |
| 高 | 关键的 | 示例：设备及系统重要功能无法使用、大面积用户无法正常进行正常的业务使用；如出现硬件故障、系统宕机、系统严重损坏、系统运行不正常、发生重大风险和安全隐患、硬盘损坏、故障指示紧急预警等任一现象之一。 |
| 中 | 主要的 | 设备及系统重要功能无法使用、影响部分用户无法正常进行正常的业务使用；如出现硬件故障但未系统宕机、系统运行缓慢等任一现象之一。 |
| 低 | 一般的 | 设备及系统功能无法使用、但不影响正常进行正常的业务使用； |

运维级别要求（示例：基于与投标方双方协商一致的情况下）

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 运维管理时间 | | 工作时间内（周一至周五） | | 工作时间外（含节假日） | |
| 服务支持方式 | | 现场 | 远程 | 现场 | 远程 |
| 服务响应时间 | 高 | ≤1小时 | ≤10分钟 | ≤2小时 | ≤30小时 |
| 中 | ≤2小时 | ≤20分钟 | ≤4小时 | ≤30分钟 |
| 低 | ≤4小时 | ≤2小时 | ≤8小时 | ≤4小时 |
| 解决恢复时间 | 高 | ≤2小时 | ≤1小时 | ≤4小时 | ≤4小时 |
| 中 | ≤4小时 | ≤2小时 | ≤4小时 | ≤4小时 |
| 低 | ≤8小时 | ≤4小时 | ≤8小时 | ≤8小时 |

**十、验收条件和标准**

**1、验收条件**

项目交付物完整（包括但不限于CA-ISDP要求）；

在系统上线运行稳定，达到质量要求后6个月进行验收；

若出现招标方规定的中等及以上的错误，则需从该错误修复后重新作为起始点，6个月进行验收；

必须通过招标方的安全评测后才能正式上线运行与验收项目。

**2、验收标准**

投标方依据项目进度完成各阶段的实施任务，并作好验收的准备工作后，向招标方提出验收申请，由招标方负责组织进行项目合同验收，双方项目经理对项目验收报告进行确认和签字以完成最终验收。

**十一、安全保密**

投标方需严格遵守招标方的各项安全管理要求；

涉及到招标方所有的信息、数据、软件系统，投标方都必须承诺严格遵守保密规定，不得对外泄露；

**十二、知识产权**

1.投标方为招标方设计、开发的成果，其所有知识产权完全属于招标方所有，包含但不限于项目实施过程中所产生的文档、数据字典及客户化源代码等。

2. 供应商必须提供源代码及源代码验证机制（包含但不限于源代码、源代码清单、开发环境搭建（含安装配置手册）、源代码验证方法等），提供所有的《数据字典》，ER图。

3.投标方不得以转让、出售等方式将具有招标方知识产权的产品交付第三方；

4.投标方应确保所提供的产品、服务或第三方技术或软件不存在版权纠纷。

5.长安汽车基于供应商提供的产品源代码进行优化、改善，基于此产出的成果（如系统或产品）的知识产权完全归属长安汽车所有。

6.供应商所提供的源代码，后期迭代开发，以长安汽车为主，供应商不得存在技术捆绑。

7.供应商不得以转让、出售等方式将具有长安汽车知识产权的内容交付第三方。

8.供应商应确保所提供的产品、服务、第三方技术及组件、软件许可等不存在版权和使用纠纷。

9.本期项目内必须有不少于一项软著产生。

**十三、违约处罚**

投标方必须承诺遵守本招标要求条款和合作过程管理条款，若有违反，则视为违约，招标方有权按以下方式进行处理，具体条款包括但不限于以下：（**加粗**项为《IT采购技术团队操作细则》要求项，项目组可根据项目实际要求在此基础上增加适度的考核条款，本括号内容正式文档请删除）

1、建设过程

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **违约条款** | **计量** | **违约金额**  **（元/次）** |
| **1** | **投标方未按期交付** | **按天** | 每7天按合同总额1%，不足7天按7天计算，违约金总额不大于20%； |
| **2** | **如因供应商单方面原因导致提供的服务无法达到合同和技术协议要求** | **按项** | 赔偿该项金额的20%； |
| **3** | **投标方不得将工作任务私自转包与分包** | **按次** | 赔偿违约金为合同总额20%，单次不低于10000元 |
| **4** | **交付、服务过程中，因供应商方面的原因（如操作不当、技术失误等），造成合同期间用户投诉、系统宕机或业务中断事件** | **按次** | 赔偿违约金5000元，并赔偿相应经济损失 |
| **5** | **投标方人员不遵守招标方各项管理规定(包括不限于：考勤、安全、保密、治安、质量、现场、环境等规定)，未造成不良影响的，超过1次以上。** | **按次** | 每超过1次，单次赔偿违约金5000元 |
| **6** | **投标方人员不遵守招标方各项管理规定，(包括不限于：考勤、安全、保密、治安、质量、现场、环境等规定)造成不良影响，或产生直接、间接经济损失;** | **按次** | 赔偿违约金5000元，并赔偿相应经济损失 |
| 7 | 未经招标方许可，私自向第三方透露招标方信息的，包括不限于：技术、质量、商务、成本、规划等。 | 按次 | 10000 |
| 8 | 未经招标方许可，私自将招标方拥有或与招标方共同拥有知识产权的软件销售给第三方的。 | 按次 | 10000 |
| 9 | 在招标方安全测评中发现因供应商交付导致信息安全漏洞，在上线前完成整改，未对项目进度造成影响 | 按漏洞数 | 高危漏洞5000元/个，中危漏洞2000元/个，低危漏洞1000元/个；  处罚总额不超过合同总额20% |
| 10 | 在招标方安全测评中发现因供应商交付导致信息安全漏洞，供应商拒不整改或整改不及时，导致项目未能按期上线的 | 按漏洞数 | 高危漏洞50000元/个，中危漏洞20000元/个，低危漏洞10000元/个处罚总额不超过合同总额20% |
| 11 | 在招标方上线检查中发现交付内容的体验质量不达标造成上线节点延期，且投标方在系统设计阶段未按要求提供完整的高保真UI设计图等交付件 | 按项 | 罚款10000元 |

2、运维服务

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 在维护过程中未按照合同规定时间解决系统故障，导致招标方业务受到影响. | 按次 | 扣除合同金额3%。 |
| 2 | 在维护过程中应按照规范进行维护操作，不得有发生导致招标方系统宕机或业务中断事件或行为，发生未按要求执行发生导致招标方系统宕机或业务中断事件或行为。 | 按次 | 扣除合同金额5%。 |
| 3 | 在提供服务过程中不得有发生导致招标方信息系统数据或相关资料泄密的事件或行为，发生向第三方以任何方式透露导致招标方信息系统数据或相关资料泄密的事件或行为 | 按次 | 扣除合同金额5%。 |
| 4 | 提供的IT设备备件性能不得低于原设备相关组件的性能要求，不得有发生有因备件质量或性能原因导致的系统宕机或业务中断事件，发生有因备件质量或性能原因导致的系统宕机或业务中断事件。 | 按次 | 扣除合同金额5%。 |
| 5 | 未经授权和批准不得私自更改招标方IT系统或设施的任何配置信息，发生未经主管部门授权进入IT系统更改任意一项配置信息。 | 按次 | 扣除合同金额5%。 |
| 6 | 在提供服务的过程中需带离招标方核心机房现场的物品，应按招标方管理要求办理相应手续，不得擅自带离，发生未办理相关手续带离招标方核心机房现场。 | 按次 | 扣除合同金额5%。 |
| 7 | 未经招标方的许可或授权，不得将与招标方合作的服务案例通过各类传播方式向第三方传播或发布，发生擅自发布与招标方服务案例相关的信息. | 按次 | 扣除合同金额3%。 |
| 8 | 服务接口人员通讯应保持畅通，不得发生无法联系的情况，发生无法联系导致延长招标方服务恢复时间。 | 按次 | 扣除合同金额3%。 |
| 9 | 应对招标方发生的关联到多方投标方支持的问题进行联合诊断支持，不得推诿或拒绝，发生拒绝或不执行情况。 | 按次 | 扣除合同金额3%。 |
| 10 | 在提供服务过程中不得有发生招标方用户有效投诉的事件，发生因投标方原因的投诉事件。 | 按次 | 扣除合同金额3%。 |

**十五、其他**

本文档（技术要求）投标方（本系统供应商）仅可用作了解业务概况、项目要求、服务要求，并进行合同报价。项目验收前系统所需要实现的功能以投标方（本系统供应商）在完成需求调研后和招标方所签订的需求调研文档中的约定为准。

报 价 文 件

（格式）

项目编号：

项目名称：

报 价 人：（公章）

法定代表人/被授权人（签字）

2024年 月 日

目录

**第 Ⅱ 卷**

第一章 报价表

第二章 初步评审文件

第三章 技术文件

第四章 商务文件

**第一章、报价表**

1. **总报价表**

**（该表仅在**南方数字供应链平台**中在线填写并提交）**

**（本页请勿填写报价）**

**2、分项报价表：（本项目需要提供分项报价表）**

**（该表仅在**南方数字供应链平台**中，将签字盖章版分项报价表PDF（或扫描件）和EXCEL版打包上传提交）**

**（本页请勿填写报价）**

**初步评审因素与报价文件对照页码表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 评审因素 | 报价文件对应页码 | 备注 |
| 1 | 营业执照 |  |  |
| 2 | 保证金 |  |  |
| 3 | 报价授权 |  |  |
| 4 | 报价文件 | / |  |
| 5 | 报价有效期 |  |  |
| 6 | 其它 |  |  |

**报价文件**

**第二章、初步评审文件**

**1、报价书**

东风国际招标有限公司：

根据贵方询价采购的 *（项目名称）*的采购文件，我方正式授权下述签字人*（姓名）*  *（职务）* 作为 *（供应商的名称）*的全权代表，负责处理报价及中选后签订合同等有关事宜。

据此函，签字人兹宣布同意如下：

1.我方将按采购文件中的规定履行合同责任和义务。

2.我方已详细审查全部采购文件（包括补充文件－若存在），我们完全理解并同意放弃对这方面有不明及误解的权力。

3.本报价书的有效期为报价截止之日起90天。

4.我方同意按采购文件（“报价文件的编制”中第18.4条款）关于没收保证金的规定。

5.我方完全理解贵方“报价单位的最低报价不能作为中选的保证”。

6.我方愿遵守贵方有关代理服务费的规定。

7.提交包括下述文件在内的报价文件。

7.1报价表

7.2初步评审文件

7.3技术文件

7.4商务文件

8.我方所报的价格在合同执行过程中是固定不变的，我方决不以任何理由予以变更。

法定代表人/被授权人（**签字**）：

供应商（盖章）：

年 月 日

（签字盖章后以扫描或照片形式附在本页提交）**2、法定代表人授权委托书**

本授权委托书声明：我（姓名）系（单位名称）的法定代表人，现授权委托 （单位名称）的（姓名）为我单位的代理人，以我单位的名义参加（项目名称）询价采购报价活动。

代理人在报价、合同谈判过程中所签署的一切文件和处理与之有关的一切事务，我单位均予以承认。

代理人无转委托权。

特此委托。

附：法人代表及被授权人身份证复印件

代理人：

单 位： 部 门： 职 务：

供应商：（盖章）

法定代表人：（签名或盖章）

（加盖公章后扫描或照片形式附在本页提交）

**3、供应商有效期内的营业执照、税务登记证、组织机构代码证复印件**（加盖公章后扫描或照片形式提交，如已“三证合一”提供一份文件即可）；

**4、保证金**

**（请上传付款凭证，截图、扫描件、复印件均可）**

**5、供应商资格证明文件（无）6采购文件要求/供应商认为需要提供的其它资料**

**关键评审条款、一般评审条款与报价文件对照页码表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 评审项目 | 序号 | 评审条款 | 报价文件对应页码 | 备注 |
| 商务关键条款（如无，则不填写） | 1 | …… |  |  |
| 2 |  |  |  |
| 技术关键条款（如无，则不填写） | 1 | …… |  |  |
| 2 |  |  |  |
| 商务一般条款 | 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  | …… |  |  |
| 技术一般条款 | 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
|  | …… |  |  |

**报价文件**

**第三章、技术文件**

**第四章、商务文件**

**第三章、技术文件**

**1、技术要求响应/偏离表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 采 购 文 件 要 求 | 响应 | 偏 离 | 偏 离 说 明 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  | 我司对采购文件中的所有技术要求均响应，无偏离（如无偏离，请保留括号前文字） | | | |
|  |  |  | |  |
|  |  |  | |  |
|  |  |  | |  |

注：1）供应商对采购文件中的采购要求有偏离，请填入此表内。

2）**如对采购文件中所有要求均无偏离，请在表中填“我司对采购文件中的所有要求均响应，无偏离”。**

3）对采购文件已作要求，但供应商未填写是否偏离的，按响应处理。

4）采购文件中重要的技术参数或要求（指带★号的条款），在技术方案文件中，供应商应提供技术支持材料，技术支持材料以制造商公开发布的印制产品说明书或权威机构的检测报告为准。评审委员会有权对未提供技术支持材料的评审条款按实质性不响应判定。

法定代表人（单位负责人）或其授权代表：（签字或盖章）

年 月 日

1. **技术方案文件**

**本部分要求供应商提供详实的技术方案描述**

**（如有）**

1. **商务文件**

**1、承诺函 -长安（与初步评审其他资料打包上传）**

**（签署盖章的扫描件）**

**2、商务条款响应/偏离表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 采购文件要求 | 响应 | 偏离 | 偏离说明 |
| 1 | 费用结算办法 |  |  |  |
| 2 | 项目时间 |  |  |  |
|  | 其他商务条款(如有偏离，请如实填写，如不填写，视同响应采购文件的规定) |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

法定代表人（单位负责人）或其授权代表：（签字或盖章）

年 月 日