**重庆三峡银行**

**个人客户数字营销平台项目**

**比选文件**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **比选人** | **重庆三峡银行股份有限公司** | （盖单位公章） |
| **发布时间** | **2024年12月** |

**目录**

[第一章 比选公告 1](#_Toc4840)

[第二章 参选人须知 6](#_Toc15203)

[第三章 项目要求 16](#_Toc12048)

[第四章 评审办法（综合评估法） 61](#_Toc31967)

[第五章 合同模板 71](#_Toc2146)

[第六章 参选文件格式 125](#_Toc16512)

# 第一章 比选公告

重庆三峡银行（以下简称“本行”）开展个人客户数字营销平台（以下简称“营销平台”）建设工作，持续深化大零售转型，全面提升数字化客户服务能力，从客户全生命周期运营的视角着手，围绕客户分层分群分级管理，以深入的客户洞察和价值挖掘为核心开展客户的差异化管理与营销、运营工作。现对重庆三峡银行个人客户数字营销平台项目进行公开比选，特邀请有意向的潜在参选人进行参选。

## 比选项目内容

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **项目名称** | **最高限价** | **中选人数量** | **备注** |
| 1 | 重庆三峡银行个人客户数字营销平台项目 | 420万元 | 1 |  |

## 2. 参选人资格要求

2.1 具有独立承担民事责任的能力

【提供参选人有效营业执照（副本）或事业单位法人证书（副本）或个体工商户营业执照或有效的自然人身份证明；参选人法定代表人身份证明和法定代表人授权代表委托书。】

注：若为法定代表人办理并签署参选文件的，不提供授权代表委托书。

2.2 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度【提供书面声明】；

2.3 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力【提供书面声明】；

2.4 有依法缴纳税收和社会保障金的良好记录【提供书面声明】；

2.5 三年内在经营活动中没有重大违法记录【提供书面声明】；

2.6 法人及法定代表人没有被人民法院列为失信被执行人名单【提供中国执行信息公开网截图并加盖单位鲜章】；

2.7 本项目不允许任何形式的转包【提供书面声明】。

2.8 本次比选不接受联合体参选。

2.9 2021年1月1日至参选截止之日（以合同签订日期为准），参选人须同时具备以下条件：①至少有1个国内银行业客户关系管理系统且信创相关实施案例；②至少有1个国内银行业零售营销平台且信创相关实施案例；③国内银行业零售营销平台+零售客户关系管理系统总案例数不得少于3个（含）。没有上述相关实施案例的取消参选资格。【提供项目实施案例合同关键页和项目简介，合同关键页包含：甲乙双方名称、双方印章、项目名称、合同签订时间、服务范围】

2.10 参选人注册成立时间不少于3年，且近3年财务状况稳定。且参选人须具有本次比选内容所涉及的第三方软件代理资格（含开源软件的合法授权），取得本次比选内容所涉及的第三方软件产品的原厂商授权书或确认函（如不涉及第三方软件，则该条不适用）。【注册成立时间提供营业执照、财务状况提供书面声明、代理资格提供第三方软件产品的原厂商授权书或确认函】

注:以上证明文件若比选人存疑，参选人需提供原件备查，参选文件中须附相关证明文件复印件并逐页加盖公章。

本次比选不接受曾因参选人的违约行为与比选人发生过纠纷的参选人；不接受与比选人合作过程中不遵守比选文件及合同约定的参选人；不接受曾在比选人项目中存在弄虚作假行为的参选人。若参选人存在上述情况，比选人将有权随时取消其参选资格或中选资格（若签署合同后发现的则有权解除合同），没收其参选保证金，并追究其相应的法律责任。截止挂网日，存在上述情况的公司已纳入下列清单。

|  |  |
| --- | --- |
| 序号 | 公司 |
| 1 | 依米康软件技术（深圳）有限责任公司 |

## 3. 比选文件的获取

3.1 参选截止时间：2024年12月23日11时00分（北京时间）

3.2 获取时间和方式：从2024年12月3日到参选截止时间，在重庆市公共资源交易网（www.cqggzy.com）下载比选文件。

3.3 参选人在下载比选文件后，应仔细检查比选文件的所有内容，如有残缺或文字表述不清，以及存在错、碰、漏、缺、概念模糊和有可能出现歧义或理解上的偏差的内容等应在2024年12月6日17时00分（北京时间）前自行在重庆市公共资源交易网（http://www.cqggzy.com/）比选公告的“我要提问”栏目匿名提出。参选人未提出，则视为参选人已全面确认比选文件内容。

3.4 比选人在认为有必要对参选人所提问题进行答复或对比选文件进行补充时，将在《重庆市公共资源交易网（www.cqggzy.com）》“答疑补遗”栏上发布答疑补遗文件。不论参选人下载与否，都视为参选人收到有关本项目在《重庆市公共资源交易网（www.cqggzy.com）》上发布的所有资料并全部知晓有关比选过程和事宜，由此产生的一切后果由参选人自负。

## 4. 参选保证金的递交

4.1 参选保证金的金额： 84,000元整（大写： 捌万肆仟元整 ）。

4.2 参选保证金缴纳方式：参选人从参选人的银行账户，通过转账或电汇方式直接划付至下面指定的账户（任选其一），否则，参选保证金无效。参选人自行考虑汇入到账时间风险，本项目参选保证金不接受任何形式保函（包括电子保函）；

参选人必须在付款凭证备注栏中注明项目简称。可简写成：三峡银行个人客户数字营销平台项目。

4.3 参选保证金递交的截止时间为2024年12月23日11时00分（北京时间）。

4.4 参选保证金专用账户如下：

详见重庆市公共资源交易网（www.cqggzy.com）对应本项目比选公告信息栏中的保证金信息。根据重庆市公共资源交易中心《关于开展公共资源交易市场主体信息登记工作的公告》的要求，参选人在参选前需在重庆市公共资源交易网（www.cqggzy.com）办理市场主体信息登记手续。

参选保证金以重庆市公共资源交易中心比选现场展示的保证金交纳情况为准。

## 5. 参选文件的递交

5.1 参选文件现场递交的开始时间为2024年12月23日10时30分(北京时间)至参选截止时间。

5.2 递交地点为为重庆市渝北区青枫北路6号渝兴广场B10栋重庆市公共资源交易中心开标区重庆市公共资源交易中心开标区（具体请登陆重庆市公共资源交易网（www.cqggzy.com）查询或递交文件当日见交易中心大厅电子显示屏）。

5.3 逾期送达的参选文件，不予接收。

## 6. 发布公告的媒介

本次比选公告同时在《重庆市公共资源交易网（www.cqggzy.com）》《重庆三峡银行官网（https://www.ccqtgb.com）》和《中国招标投标公共服务平台（http://www.cebpubservice.com）》上发布。

## 7. 报名方式

本项目从比选文件发出之日起至2024年12月6日17时00分进行报名，参选人需将《报名函》（加盖参选人公章）扫描后发送至邮箱sxyhyhl@ccqtgb.com，《报名函》详见比选文件第三章附件一。

报名联系人：刘春宇，联系电话：023-88890067 。

## 8. POC测试方案

本项目将对中选人产品进行POC测试，POC测试环节根据项目实际情况安排，测试方案详见比选文件第三章附件二。如中选人未通过POC测试，比选人可以确定依次其后的候选人为中选人，以此类推。

## 9.联系方式

|  |
| --- |
| 9.1 项目需求咨询 |
| 项目联系人：刘春宇 | 联系方式：023-88890067 |
|  |
| 9.2 项目流程咨询 |
| 平台服务机构：重庆联合产权交易所集团股份有限公司 |
| 平台联系人：张老师 | 联系方式：023-63621694 |
|  |
| 9.3 比选人联系方式 |
| 联系人：敬老师 | 联系方式：023-88890395 |
| 比选人地址：重庆市渝北区嘉州路88号中渝国际都会4号写字楼21层 |

重庆三峡银行股份有限公司

2024年12月3日

# 第二章 参选人须知

## 1. 项目信息

### 1.1 比选人

重庆三峡银行股份有限公司。

### 1.2 最高限价

本项目最高限价为： 420万元整 （人民币大写： 肆佰贰拾万元整 ）。

### 1.3 项目概况

本项目建设范围包括三大部分能力。

（1）营销能力

实现客户筛选、活动部署、触达渠道、触达时刻、触达过程、营销回检的全流程自动化，实现完整的基于用户场景的营销策略/计划的配置、执行、监督、数据反馈分析，达到客户的系统化分层经营效果。

（2）客户关系管理能力

包括客户（对私、对公）分配、收回、移交、认领等核心功能，聚焦分支机构主要诉求，解决当下管户关系和绩效关系并行的客户管理模式的管理痛点，支持按不同的管户关系进行业绩展示，智能分析客群结构。支持按不同权限展示客户信息，加强客户金融信息安全管理，防止客户信息泄露。

（3）零售客户营销场景搭建

由厂商提供包括但不限于新客百日经营、客户全生命周期、账户全生命周期、存量潜力客群经营、长尾客户经营、流失客户挽回经营、公私联动交叉营销、消费贷交叉销售、商户贷交叉销售营销、存款交叉销售、理财交叉销售等3-5个营销场景搭建服务，协助本行梳理基础数据与相关标签口径，最终转化为能落地的营销策略并推动执行。

### 1.4 项目目标

一是大力推进个人金融服务数字化转型。充分利用科技手段开展个人金融产品营销和客户服务，拓展线上渠道，丰富服务场景，加强线上线下业务协同。构建面向互联网客群的经营管理体系，强化客户体验管理，增强线上客户需求洞察能力，推动营销、交易、服务线上化智能化。二是建设数字化运营服务体系。建立线上运营管理机制，以提升客户价值为核心，加大数据分析、互联网运营等专业化资源配置，提升服务内容运营、市场活动运营和产品运营水平。项目需全面满足信创要求。

## 2. 参选人

2.1 合格参选人条件

合格参选人应完全符合比选文件第一章中规定的参选人资格条件，并对比选文件作出实质性响应。

2.2 参选人的风险

参选人没有按照比选文件要求提供全部资料，或者参选人没有对比选文件在各方面作出实质性响应，可能导致参选被拒绝或评定为无效参选。

## 3. 比选文件

比选文件是参选人编制参选文件的依据，是评审委员会评判依据和标准。比选文件也是比选人与中选人签订合同的基础。

本行对比选文件所作的一切有效的书面通知、修改及补充，都是比选文件不可分割的部分。

## 4. 参选

参选人应当按照比选文件的要求编制参选文件，并对比选文件提出的要求和条件作出实质性响应。

### 4.1 参选文件组成

参选文件由参选人所作的一切有效补充、修改和承诺等文件组成，参选人应按照第六章“参选文件格式”规定的目录顺序组织编写和装订，否则有可能影响参选人的参选文件评审。

### 4.2 联合参选

本比选项目不接受联合参选

### 4.3 参选有效期

参选有效期为参选截止日期后90天内。

### 4.4 参选保证金

4.4.1 参选人应在参选截止时间前，按比选文件第一章规定向比选人缴纳参选保证金。

4.4.2 参选保证金为参选的有效约束条件。

4.4.3 参选保证金有效期与参选文件有效期一致。

4.4.4 参选保证金币种应与参选报价币种相同。

4.4.5 参选保证金的退还：

比选人在中选通知书发出后2个工作日内将中选通知书和保证金退还通知抄告重庆市公共资源交易中心，重庆市公共资源交易中心在收到保证金退还通知后2个工作日内，向除中选人和中选候选人以外的参选人，退还参选保证金。

比选人在合同生效后2个工作日内将签订的合同和保证金退还通知抄告重庆市公共资源交易中心，重庆市公共资源交易中心在收到保证金退还通知后2个工作日内，向中选人和中选候选人退还参选保证金。

参选保证金专用账户由重庆市公共资源交易中心制定，关于保证金相关情况的问题请咨询重庆市公共资源交易中心，联系电话023-63621694。

4.4.6 参选人有下列情形之一的，参选保证金将不予退还：

4.4.6.1 参选人在参选有效期内撤销参选文件的；

4.4.6.2 参选人在参选过程中弄虚作假，提供虚假材料的；

4.4.6.3 中选人无正当理由不与比选人签订合同的；

4.4.6.4 中选人将中选项目转让给他人或者在参选文件中未说明且未经比选单位同意，将中选项目分包给他人的；

4.4.6.5 中选人拒绝履行合同义务的；

4.4.6.6 其他严重扰乱比选程序的；

### 4.5 参选文件的份数和签署

4.5.1 参选文件一式三份，其中正本一份，副本一份，电子文件一份（U盘），正本和副本的封面上应清楚地标记“正本”或“副本”的字样，副本可为正本的复印件，当副本和正本不一致时，以纸质正本为准。电子文件应为参选文件盖章后的PDF格式扫描件，文件名为“参选人单位名简称+项目名简称”。

4.5.2 参选文件正本中，每一页均应由参选人加盖公章，其中规定格式的文件应当按要求签名和加盖参选人公章。

4.5.3 若参选人对参选文件的错处作必要修改，则应在修改处加盖参选人公章或由法人或法人授权代表签字确认。

4.5.4 电报、电话、邮寄、传真形式的参选文件概不接受。

### 4.6 参选文件的密封与标记

参选文件的正本、副本、电子文件装入一个文件大袋进行密封。密封袋上注明项目名称、参选人名称及“不准提前启封”字样。信封的封口须加盖参选人公章或授权代表签字。

如果未按上述规定进行密封和标记，则其参选将作为无效参选处理。

### 4.7 参选报价

4.7.1 参选人应严格按照“参选文件格式”填写报价。

4.7.2 参选人的报价为一次性报价，即在参选有效期内参选价格固定不变。

4.7.3 本项目只接受一个参选报价，有选择的或有条件的参选将不予接受。

4.7.4 参选报价不得超过最高限价。

### 4.8 修正错误

若参选文件出现计算或表达上的错误，修正错误的原则如下：

4.8.1 参选文件的大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

4.8.2 总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准；

4.8.3 单价金额小数点有明显错位的，应以总价为准，并修正单价；

4.8.4 对不同文字文本参选文件的解释发生异议的，以中文文本为准。

评审委员会按上述修正错误的原则及方法调整或修正参选人参选报价，参选人授权代表同意并签字确认后，调整后的参选报价对参选人具有约束作用。如果参选人不接受修正后的报价，则其参选将作为无效参选处理。

4.8.5 含税金额与不含税金额存在计算错误的，以含税金额为准。

## 5. 比选程序

主持人按下列程序进行比选：

5.1 宣布比选纪律；

5.2 宣布比选人、唱标人、记录人、监督人等有关人员姓名；

5.3 公布在参选截止时间前递交参选文件的参选人名称，并点名确认参选人是否派人到场；

5.4 展示参选保证金，参选保证金缴款不全或有误的，则记录在案交由评审委员会评审；

5.5 封装情况检查：参选人或者其推选的代表检查各参选文件的封装情况并确认；

5.6 设有最高限价的，公布最高限价；

5.7 开启参选文件；

5.8 比选人代表、参选人代表、监督人、记录人等有关人员在比选记录上签字确认；

5.9 比选结束。

## 6. 评审

见第四章内容。

## 7. 定选

7.1 定选原则

比选人按照评审报告中推荐的中选候选人排名顺序确定中选人，如中选人因不可抗力或者自身原因不能履行合同的，比选人可以确定依次其后的候选人为中选人，以此类推。

7.2 不承诺最低价格中选。

7.3 若中选人参选材料出现造假、不实等与实际查询结果不符或无故弃选的情况，比选人有权选择重新比选或顺延下一中选候选人，由此带来的损失比选人有权通过没收参选保证金等方式进行追溯。

## 8. 签订合同

8.1 比选人指定的使用单位将在自中选通知发出之日起，依据比选文件和中选人参选文件的约定，按照比选人内部流程与中选人签订书面合同。所签订的合同不得对比选文件和中选人参选文件作实质性修改。

8.2 比选文件、中选人的参选文件及澄清文件等，均为签订合同的依据。

8.3 合同生效条款由供需双方约定，法律、行政法规规定应当办理批准、登记等手续后生效的合同，依照其规定。

8.4 签订合同前后，若中选人无法按要求履约或中选单位提供的产品测试不合格或与参选文件中的产品不一致，比选人可以废除中选人资格，并可选择按照中选候选人顺位与下一候选人签订合同。

8.5 该项目不允许任何形式的转包。

## 9. 纪律与要求

参选人不得相互串通参选或者与比选人串通参选，不得向比选人行贿谋取中选，不得以他人名义参选或者以其他方式弄虚作假骗取中选；参选人不得以任何方式干扰、影响评审工作。

9.1 有下列情形之一的，属于参选人相互串通参选：

9.1.1 参选人之间协商参选报价等参选文件的实质性内容；

9.1.2 参选人之间约定中选人；

9.1.3 参选人之间约定部分参选人放弃参选或者中选；

9.1.4 属于同一集团、协会、商会等组织成员的参选人按照该组织要求协同参选；

9.1.5 参选人之间为谋取中选或者排斥特定参选人而采取的其他联合行动。

9.2 有下列情形之一的，视为参选人相互串通参选：

9.2.1 不同参选人的参选文件由同一单位或者个人编制；

9.2.2 不同参选人委托同一单位或者个人办理参选事宜；

9.2.3 不同参选人的参选文件载明的项目管理成员为同一人；

9.2.4 不同参选人的参选文件相互混装；

9.2.5 不同参选人的参选保证金从同一单位或者个人的账户转出。

9.3 使用通过受让或者租借等方式获取的资格、资质证书参选的，属于以他人名义参选。

9.4 参选人有下列情形之一的，属于弄虚作假的行为：

9.4.1 使用伪造、变造的许可证件；

9.4.2 提供虚假的财务状况或者虚假业绩；

9.4.3 提供虚假的项目负责人或者主要技术人员简历、劳动关系证明；

9.4.4 提供虚假的信用状况；

9.4.5 其它弄虚作假的行为。

针对以上情况，比选人有权没收参选人的参选保证金，并保留进一步追究由此带来损失的权利。

## 10. 提问、质疑、投诉

10.1 补遗内容可能影响参选文件编制的，须在参选截止时间3日前发布，发布时间至参选截止时间不足3日的，须相应延后参选截止时间。

10.2 参选人对比选文件和答疑补遗有质疑的，应当在参选截止时间3日前，以书面形式通知比选人。比选人认为有必要对参选人所提问题进行答复或对比选文件进行补充时，将答复内容以补遗的形式发布。

10.3 参选人对公示的中选结果有质疑，参选人需在公示期内以书面形式向比选人提出质疑。比选人认为有必要对参选人所提质疑进行答复时，将以书面形式进行答复。

10.4 参选人对比选人的答复不满意或者有质疑，可向本行纪检监察部投诉。

采购质疑邮箱：sx.jcb@ccqtgb.com

采购投诉邮箱：sxyhjjz@ccqtgb.com

## 11. 无效参选条款

参选人或其参选文件出现下列情况之一者，应为无效参选：

11.1 参选人未按比选文件规定提交足额参选保证金的。

11.2 参选人未通过资格性检查，参选文件未通过符合性检查或参选文件经证实存在弄虚作假的。

11.3 参选人超出其营业执照或事业单位法人证书上经营范围（业务范围）参选的。

11.4 单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同参选人，不得参加同一合同项下的采购活动。

11.5 同一分包的软件，制造商参与参选，再委托代理商参与参选的。

11.6 参选文件不满足比选文件第六章参选文件格式中所规定签字、盖章的。

11.7 参选文件出现多个参选方案或参选报价的。

11.8 参选报价超出最高限价的。

11.9 参选文件含有违反国家法律、法规的内容，或附有比选人不能接受的条件的。

11.10 出现影响比选公正的违法、违规行为的。

11.11 与比选人、评审专家、其他参选人恶意串通。

11.12 参选法人发生合并、分立、破产等重大变化后，不再具备比选要求的资格条件的。

11.13 提供虚假材料谋取中选资格的。

11.14 参选文件含有比选人不能接受的附件条件的。

## 12. 比选失败情形

出现以下情形本次比选失败：

12.1 参选截止时间止，参选人少于2个的。

12.2 经评审委员会评审后否决所有参选的。

## 13. 终止比选

13.1 因情况发生变化或其他原因造成该项目取消的，本次比选自动终止，双方互不承担责任，比选人无息退还参选保证金。

13.2 签订合同之前，比选人发现中选候选人经营、财务状况发生较大变化或存在违法行为，比选人认为可能影响其履约能力的，比选人可废除中选人或中选候选人资格。

## 14. 参选费用

参选人参与本比选项目时，一切与参选有关的费用均由参选人自理。

本项目若中选金额大于等于300万元，平台服务费为中选金额5‰；若中选金额小于300万元，平台服务费：15000.00元，由中选人向重庆联合产权交易所集团股份有限公司支付。中选人应在领取中选通知书时一次性缴纳，请各参选人综合考虑进行报价。

# 第三章 项目要求

## 业务需求

1.1需求概述

（1）首页

主要展示各部门重点工作、核心业务指标，与绩效系统数据打通，直观展示客户经理业绩情况、客户价值情况智能筛选重点维护客户清单。其中重点工作包括待办任务、日程、提醒；待办任务有商机分配、跟进、活动审批、客户审批等功能；提醒则支持展示生日提醒、到期提醒、大额转入转出、风险交易、贷款逾期等客户提醒。核心业务数据可根据不同业务条线（零售、普惠、公司）去展示相应的业务指标数据，包含不限于活动量分析、客户构成分析、总AUM、理财余额、存贷款指标及业绩战报等内容，支持自定义配置展示指标。

（2）客户中心

各业务条线（零售、普惠、公司）业务在管户权限内进行客户经营，功能主要由客户分层分群运营、客户分析和客户管户管理三大核心内容构成。系统对接数据中台标签平台，支持标签交互、标签圈群、第三方名单（文件导入、消息队列、数据文件）低代码对接的静态群组管理；支持自定义组合标签、衍生标签实现动态客户群组管理，静态、动态两种客群管理模式相互补充夯实客户分层分群精准营销。客户分析提供客户概览、群组画像等功能，提供客户/客群洞察能力，深入了解客户需求与行为偏好，满足客户细分场景经营需求；客户管户管理包括客户查询（精准、模糊）、客户360视图、对公集团客户及客户关系、公私联动-代发工资、触客操作（电话、短信、手机银行APP push等）、服务记录、分配管户记录、客户分配、认领、移交、回收等功能，以及特定名单（如黑名单、白名单、免打扰名单）管控能力。

（3）用户中心

该模块功能主要由辖内员工、商机管理、过程管理、工作分析、活动量检视等模块构成。领导层通过用户中心垂直管理各条线业务（零售、普惠、公司）员工工作；上层领导可以对下级进行商机任务分配、活动量目标设置，并通过活动量检视、辖内员工日程查看和晨夕会、过程管理（辖内员工电访、面访、短信记录查看）功能监察各个员工的工作完成情况。执行层支持查看商机、跟进商机、管理个人日程、开展任务执行、查询个人目标完成进度等操作。

（4）营销活动管理中心

活动管理中心包括营销活动管理、营销画布、营销审批功能。营销活动管理解决各个部门之间活动计划、活动类型的统一管理和协同。营销活动画布根据客户全生命周期不同阶段编排或预设一系列的标准营销流程，通过制定免打扰策略、渠道触达策略、营销达标策略、营销接触策略、营销排除策略，可实现对客的精准营销、按需营销、多波次营销。

（5）内容中心

随着强监管和IP时代到来，我们对营销内容的管控需要做到统一上架、统一审核、统一使用。通过基础素材构建出业务人员可以快速使用的模板，实现营销相关的营销模板、授权文件、合规审批文件的统一管控。总行各部门创建形成活动标准模板，分支行可以快速使用模板创建营销活动。

（6）线上活动中心

通过活动基础规则、配置奖品及中奖规则，各条线业务人员可以快速创建九宫格、大转盘等抽奖活动，并以H5小游戏形式触达客户。

（7）权益中心

营销权益管理模块以业务定义的分类展示权益列表。设置权益礼包管理，支持对权益礼包的查询、新建、详情、编辑、删除等功能。支持进行权益类型管理和权益礼包类型管理。

（8）产品管理中心

通过数字化运营手段对产品进行精细化管理，包括对产品营销信息、产品标签进行统一配置化管理，在产品运营方面支持对产品销售漏斗路径分析、产品销售数据统计以及产品的人群服务分析，支持不同产品匹配不同的人群服务。

（9）渠道管理中心

对渠道信息目录、营销渠道的触达动作等进行统一管理和维护。基于渠道运营的活动、产品和用户等运营数据对渠道运营情况进行统计和分析。

（10）事件中心

获取客户大额转入转出、理财产品到期、浏览某理财产品页面等需求事件，可对需求漏出客户进行定向精准营销，可根据不同业务条线创建特色化事件。

（11）分析中心

营销活动分析功能，支持对创建的旅程数据进行汇总可视化分析，在营销活动期间关联客户行为数据、渠道反馈以及成交数据对营销效果进行量化分析和评估。通过对营销数据的量化评估，可以优化后续的营销客群圈定、活动渠道和活动时间、活动内容设置等，助力实现营销闭环。

（12）审批中心

支持客户管户类、活动编排类、活动内容类、标签类、短信模板类等系统内的流程审批。

（13）系统管理

支持对用户管理、职位管理、角色管理、机构管理进行配置，以构建系统整体权限体系。支持根据HR系统数据智能匹配用户角色、权限，并可根据特殊条件差异化调整。

（14）其他功能

在客户信息脱敏的控制措施上，对查询页面、查询内容、异常操作监测等方面加强管控，增强可追溯能力，系统全页面水印展示，以及其他涉及客户信息保护相关的功能；提供“软电话”服务客户能力，通过脱敏手机号实现“一键外呼”、自动录音、录音回放、自动判定是否有效外呼，可提供根据营销话术进行点对点或批量AI外呼功能。提供H5移动端页面，实现各功能模块入口含：业绩展示、客户列表（数据脱敏、可一键拨号）、商机等基本功能，页面展示以保护客户信息安全，增强风险控制能力为优先，在有效开展客户经营的基础上最大程度脱敏客户信息。

1.2数据迁移需求

原客户关系管理（以下简称“CRM”）系统数据数据迁移工作，包括但不限于客户归属关系表、服务记录、分配记录、工号调整记录、营销活动创建、营销活动分析记录、工作平台处理记录、工作平台数据等。

将现有数据从老CRM系统迁移至个人客户数字营销平台中，需要制定合理的迁移计划和迁移策略，保障数据的完整性、准确性、一致性和安全性。在数据迁移时，需要进行数据整合工作，将老系统的数据按照新系统的数据结构进行整合。具体如下：

（1）数据差异分析。包括数据映射关系分析、数据标准落标分析、数据库差异分析等；

（2）脚本开发。按照数据差异分析结果，将老系统的数据按照新系统的数据结构进行整合并进行数据迁移脚本开发；

（3）数据迁移。进行老CRM系统数据迁移，并完成数据一致性、准确性的验证。

1.3场景搭建需求

提供针对我行营销场景搭建方案及咨询运营服务，建立“客户旅程”式经营：以“客户全生命周期经营”为主轴，围绕客户经营周期（新客获取、新客转化、存量提升、防流防降、流失挽回）、客户人生阶段（幼少年期、青年期、成年期、老年期）、财富认知旅程等诸多周期，有针对性地制定经营动作并加以串联，全面覆盖任何一个周期下的所有经营节点（客户业务办理、客户跃迁、重要节日、买房、贷款、医疗、出行等），形成系统化的经营方案，需搭建3-5个营销场景，参考如下：

|  |  |
| --- | --- |
| **场景** | **服务说明** |
| 客户全生命周期 | 建立完善的客户全生命周期营销体系，从客户获取、激活、成长、成熟到流失挽回，实现全链条的精准营销。主要内容包括不同客户群体的定义与识别、客户全生命周期的划分、不同客户群体不同阶段的营销场景构建及策略，如潜在客群精准投放策略、新客户专属优惠策略，交叉营销策略、忠诚度培养策略、流失预警策略等。 |
| 账户全生命周期 | 制定客户账户全生命周期的营销策略，从开户、激活、使用、增长到休眠、流失及挽回，实现全程的营销与服务提升客户体验，增强客户黏性，促进银行业务的持续增长。主要内容包括客户账户全生命周期划分，各阶段营销场景构建与策略，如新客户开户策略、产品推荐策略、积分奖励策略、优惠活动策略等。 |
| 长尾客户营销 | 制定长尾客户精细化运营的营销策略，提升营销效果，包括构建基于客户的历史交易和偏好数据，为客户提供个性化的金融产品或服务推荐场景、吸引长尾客户参与并提高交易频次和金额的优惠活动场景、定期向长尾客户发送关怀信息的互动服务场景等。 |
| 流失客户挽回 | 识别流失客户、分析流失原因，并制定针对性的挽回策略，以降低客户流失率，提升客户满意度和忠诚度，服务内容包括流失客户识别与分析以及挽回营销场景构建与策略，如情感挽回场景、优惠吸引场景、价值提升场景等。 |
| 贷款产品营销 | 构建贷款营销场景，提升营销效果和客户满意度。服务内容包括目标客户群体识别与分析，营销场景构建，如储蓄与贷款交叉营销，卡业务与贷款交叉营销，线上渠道营销等 |
| 公私联动营销 | 构建有效的公私联动交叉营销场景，提升营销效果和客户满意度，主要营销场景包括企业主个人金融服务与对公业务联动、员工工资代发与个人金融业务联动、供应链金融与小微企业及个人客户联动等 |
| 代销产品营销 | 制定切实可行的代销产品交叉销售营销方案，提升代销业务的吸引力和市场竞争力。服务内容包括目标客户识别与分析以及营销场景的构建，包括代销产品与存款产品联动、代销产品与贷款产品联动、线上渠道互动营销等 |
| 存款销售 | 制定切实可行的存款销售营销方案，提升存款业务的吸引力和市场竞争力。服务内容包括目标客户识别与分析以及营销场景的构建，包括理财产品与存款产品联动、贷款客户资金回流、线上渠道互动营销等 |

特别注意，上述需求范围供参考，最终需求以双方约定内容为准。实际实施过程中，允许10%的工作量浮动。

## 技术要求

### 2.1 总体原则

系统的建设应遵循集成性、先进性、可扩展性、稳定性、安全性、经济性、前瞻性和可维护性相结合的原则。

2.1.1 集成性：系统建设需充分考虑与其它系统的集成，能快速与比选人其它业务和管理系统的集成。

2.1.2 先进性：软件系统的选择与开发应在满足业务需求的基础上具有易改造、易升级、易操作、易维护等特点。

2.1.3 可扩展性：支持业务和系统的可扩展，支持行业应用可扩展，具有向后兼容的能力。

2.1.4 稳定性：系统要确保系统平稳运行，支持7×24小时连续运行，满足高峰处理的需要。

2.1.5 安全性：

1）系统必须建立在成熟稳定的硬件环境和应用软件基础上，通过完善的备份恢复策略、安全控制机制、可靠的运行管理监控和故障处理手段来保障系统的运行稳定、安全。

2）制定并发布完善的隐私政策，引导客户“主动”阅读知晓；仅保留与业务处理相关的、必须的客户敏感信息，且采取强加密措施进行保存；不应在日志中记录客户支付敏感信息；不允许保留非本机构的客户敏感信息；采用信息输入安全防护、即时数据加密等安全措施防止数据被非法截获；满足网信、公安等监管最新的隐私政策要求。

2.1.6 经济性：系统的建设要考虑在网络、设备、信息安全等方面合理利用现有的资源。要充分调研，结合业务需求，合理利用现有资源，降低系统的投资，创造最优的工作效率，产生最好的经济效益。

2.1.7 前瞻性：系统体系架构和软件体系结构要有前瞻性，要充分考虑未来业务的发展和管理的变化，方便对新业务和新需求的扩展和支持，合理设计系统的规模，使之不仅能满足目前应用的需要，而且能适应将来的发展。

2.1.8 可维护性：系统可维护，运行成本可控。

### 2.2 用户体验要求

界面可根据用户需求灵活更改（增强标签分类特性），注重用户体验，使系统各项功能易见、易学、易用。

客户端界面一致性，支持不同终端适配界面（解决不同终端，屏幕尺寸的视觉差异）。图形显示直观，业务流程支持形象化。遵循20/80原则，配置常用清单、快捷功能，即方便用户快速入手，又大大提升了使用效率。遵循人机交互原则，对用户的错误输入尽早发现并给出提示，对复杂的功能操作，提供操作向导；人性化设计，易操作，遵循用户习惯，让用户有更好的操作体验。支持跨平台、终端适配（支持各类分辨率、各主流版本的浏览器访问）。

### 2.3 系统技术架构要求

1）设计思想、系统架构应兼顾成熟与先进性，同时确保整体架构在产品生命周期内相对稳定与适用。

2）系统技术架构合理，数据结构合理，避免数据冗余，具有良好的扩展性、维护性和稳定性。如服务限流机制、服务降级机制等服务管控机制的应用，保障系统稳定运行。

3）系统所采用的软件平台具备开放性、通用性、扩展性和安全性。在性能指标达到预警值时，能够通过横向扩展集群模式达到性能的线性增长。系统应具有线性或近似线性的性能扩展能力，并能在不停止服务的的情况下完成容量伸缩。

4）支持集群部署方式，适应本行未来业务发展的需要。应用系统之间逻辑独立、启停服务时系统间不相互影响的部署方案。应用系统应支持双活跨数据中心的部署方案。

5）系统支持域名部署。

6) 系统应参照国标《信息技术中文编码字符集》和行标《金融服务生僻字处理指南》等规定要求，支持对生僻字的处理。

### 2.4 系统性能要求

1）应具有高效的运行效率，能通过负载均衡、流量控制、消息缓存等机制，提供大规模、高并发量的交易处理能力，满足登陆、查询、日终批量等性能需求；

2）系统必须提供平台级的负载均衡和容错能力；

3）主机系统能够保持7\*24稳定的不间断运行，从系统软硬件平台及网络等方面来保证系统的稳定性；

4）可用率：系统总体平均可用率在99.99%以上。

### 2.5 安全性要求

为确保信息安全，采取的措施包括但不限于以下：

1）平台安全：架构设计符合安全性要求，平台软件达到安全设计标准且不低于同业相关系统要求。

2）数据安全：支持文档安全软件整合技术，从而做到数据传输加密、远程安全访问、数据存储加密，数据部署网络区域应支持入侵检测与防御系统、防火墙的应用，增加满足《GB/T 35273 信息安全技术 个人信息安全规范》和《JR/T 0171 个人金融信息保护技术规范》要求。

3）容灾备份：支持各种容灾的软硬件设备的使用等。

4）管理安全：提供完善的日志功能，能够记录系统使用人员的关键操作，保证系统应用的安全。

5）密码策略：初始密码强制更改、启用验证码、密码过期控制、密码错误次数控制、密码强度设置等，不得以明文的方式保存任何相关密码，防止暴力破解和恶意攻击。

6）系统严密、灵活的访问安全控制；

7）系统有整体的用户/权限管理体系，可统一进行用户/权限的管理，实现到字段级的查询、修改、管理权限控制；

具体如下表所示：

| **类别** | **子类** | **安全需求** |
| --- | --- | --- |
| 身份认证 | 口令安全策略 | 应用系统应具有口令复杂度限制功能，并在设置密码、修改密码、重置密码的时候进行密码复杂度校验：（1）口令复杂度要求：长度8位及以上，至少包含大写，小写字母，数字，特殊字符中的三种或三种以上；（2）不能使用和用户名相同的密码；（3）避免使用默认口令，如果使用，应在用户首次登录时，强制用户修改密码。（4）系统各用户应根据使用场景定期更改密码，设置密码更新周期频率（最长不超过90天）。 |
| 口令加密传输 | 用户口令在传输过程中需进行加密，建议使用md5加盐(随机数)、sha2、pbkdf2等方式进行加密传输，禁止直接使用明文传输，禁止直接使用MD5、sha1等弱加密方式。 |
| 防暴力猜解 | 身份认证时，应防止暴力猜解账号口令：（1）在登录认证失败时给出通用的错误提示（如“账号或密码错误”），不能透露用户ID是否存在等信息。（2）记录尝试次数，当超过阈值时（例如五次），限制访问（限制IP或锁定用户，锁定时间及解锁方式自行确定）。（3）使用图片验证码防止暴力破解。 |
| 会话安全 | 会话标识 | 应用系统会话标识符的生成、存储、传输等，应确保会话ID标识不能被攻击者劫持、窃取、猜测或依据当前标识推到后续的新标识。（1）会话标识符必须在可信的系统或环境中生成。（2）应用系统应确保会话标识随机并且唯一。 |
| 会话退出 | 应提供会话的安全退出机制：（1）安全退出功能，用户退出登录后，服务端立即终止会话，保证无法通过后退、直接输入访问地址等方式重新进入登录后的页面。（2）会话超时退出机制，在一定空闲时间后（推荐5分钟），服务端立即终止会话。 |
| 访问控制 | 未授权访问 | 应建立安全的访问控制机制，禁止未登录用户访问用户登录后的资源、页面或URL。 |
| 目录列表浏览 | 禁止目录列表浏览，防止用户直接输入站点目录，访问Web目录及目录下的文件内容，造成站点信息泄露和文件被未授权下载。 |
| 防水平越权 | 重要操作（如转账交易、查询类操作、账号修改）时，系统应在服务器端对用户输入数据的合法性和有效性进行校验，防止水平越权（如用户A通过修改账号ID越权对用户B的账号进行操作）。 |
| 防垂直越权 | （1）授予不同账户为完成各自承担任务所需的最小权限，应严格限制默认账户或预设账户的权限，禁止将所有权限集中在某一预设账户上。（2）在为用户授权时，服务器端按照权限规则对权限进行校验，互斥的权限不能共存于一人。如操作和审核权限。（3）在重要操作（如账号增删改、授权、业务操作、业务审批）时，系统应在服务器端对当前用户的权限进行校验，防止垂直越权。 |
| 输入校验 | 防sql注入 | 应用系统应具有统一的防SQL注入机制：（1）防SQL注入输入校验，至少校验以下危险字符：select、 where、 from、and、or、union等。（2）应使用存储过程或参数化查询，避免使用字符串拼接SQL语句，防止SQL注入。 |
| 防跨站 | 应用系统应具有统一的防XSS跨站校验攻击机制：（1）防跨站输入校验，至少应校验以下危险字符：<> " ' % ( ) & + \ \' \"，prompt，script， alert等。（2）防跨站输出编码，如果数据是输出到HTML中则进行Html输出编码，如果数据是输出到javascript代码中进行拼接，则进行javascript输出编码。（3）设置cookie的HttpOnly属性，能够有效防止XSS攻击。 |
| 文件上传 | 防止任意文件上传 | 应对上传文件进行以下处理，防止任意文件上传：（1）使用白名单方式控制上传文件的类型。服务器端应对上传文件的大小、扩展名、类型（报头信息）进行校验，防止任意文件上传。（2）文件应尽量保存在文件服务器或web目录外部，避免通过web应用直接访问上传的文件。（3）应控制文件上传目录的权限，禁止运行权限。（4）应对上传文件进行重命名。 |
| 输入校验 | 应对上传文件中的所有参数字段（如文件名称、文件类型、其他信息等）进行输入校验，防止注入、跨站等漏洞。 |
| 文件下载 | 防任意文件下载 | 避免使用/download.php?filename=XXX.xls此种方式，直接调用服务器文件名下载文件，如果使用，应对文件名参数进行白名单校验，防止恶意构造（如../../../../etc/passwd），读取服务器任意文件。 |
| 防文件越权下载 | 应对文件名进行随机命名，防止前端枚举文件名或其他标识，越权下载他人文件。 |
| 短信 | 防短信炸弹 | 系统在发送短信验证码、通知短信时，应采取有效措施防止短信炸弹:（1）服务器端对发送短信的请求频率进行限制。发现超过一定频率，应记录错误日志，内容至少包括时间、用户、ip、操作内容。（2）前端使用图片验证码。（3）服务端应做好在并发请求下对短信发送流程的设计，防止因同一手机号在并发请求下导致短信轰炸。（4）服务端接收手机号参数值时，应对值的信息做严格校验，防止同一个请求数据包携带多个电话号码，导致发送多条短信。（5）短信验证码应防止多个手机账号使用同一验证码验证。(预防并发场景) |
| 防短信劫持 | 系统在发送短信验证码、通知短信时，应对手机号码进行严格控制，防止短信劫持（注册、手机号绑定类除外）：（1）手机号码从数据库中获取，不从前端获取。（2）如果采用前端获取，后台应对此手机号码是否属于该用户进行校验。 |
| 防短信内容篡改 | 用于构造短信内容的参数，避免从前端获取，如果从前端获取，应对其进行白名单校验，防止被篡改，恶意构造短信内容。如如短信内容为：“您的账号转账1.00，请确认”，引用客户端传递的转账金额1.00，如果将参数修改为“1000，请致电18888888888”，短信内容变为：“您的账号转账1000，请致电18888888888，请确认” |
| 数据安全 | 口令加密存储 | 用户口令在存储过程中需进行加密，建议使用md5加盐(随机数)、sha2、pbkdf2等方式进行加密存储，禁止直接使用明文存储，禁止直接使用MD5、sha1等弱加密方式。 |
| 多余信息返回 | 对服务器返回的参数做严格的限制，保证不是功能必须的参数不在返回的参数中，防止多余信息引起的数据泄露。 |
| 敏感信息显示要求 | 避免在html页面、js文件、客户端等前端上直接显示绝对路径、内网IP地址、账号口令等敏感信息。如：http://XX.XX.XX.XX/index.js;/var/www/html;user=admin,pass=admin; |
| 敏感数据脱敏 | 敏感数据在显示时，应进行脱敏处理，如：姓名：张三脱敏为\*三身份证号：1002\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*1237手机号：186\*\*\*\*0781银行卡号：623078\*\*\*\*\*\*\*\*\*4846住址：\*\*\*\*3单元302 |
| 系统容错 | 统一错误处理 | 应用系统应有统一错误处理功能，有效屏蔽系统技术错误信息，不将系统产生的错误信息（如中间件信息、数据库信息）直接反馈给客户端，提升用户体验，防止信息泄露。 |
| 框架安全 | 第三方组件或框架 | 组件和中间件是导致漏洞的重要原因，使用时需遵守如下要求：1.使用的版本需是官方正常维护的版本，如不是最新版本，需更新当前版本的安全补丁或升级；2.对使用的组件进行安全认证或限制源IP访问，避免造成未授权访问漏洞，如mongoDB、redis、Memcached、JBOSS、VNC、Zookeeper、Rsync、ElasticSearch、Hadoop、Kibana、Confluence、Jenkins、spring boot等；3.登录各组件的默认口令需进行修改，修改要求参照口令安全策略，如JBOSS、Tomcat、ActiveMQ等； |

### 2.6 可扩展性需求

1）系统要求支持主流操作系统、数据库和通讯中间件，对软、硬件平台具有良好的可扩展能力，支持跨平台客制化开发。

2）支持交易数据导入、模型参数维护、计量、会计核算、报表模块对于新产品的支持，系统容易改进、扩展和升级。

3）提供的平台能够很好的实现业务功能扩展的灵活性，通过后台服务器对业务功能的模块化处理和可配置处理实现对功能的一站式更新，且不影响原有系统的正常运行。

4）系统的计算能力支持横向扩展；

5）对第三方平台提供良好的接口支持和扩展能力。

### 2.7 二次开发要求

为满足本行业务发展需要，系统应能灵活、方便、快捷地支持个性化需求开发，相关要求包括：

1）支持模型参数的个性化调整，从而适应监管要求及行内业务需求的变化；

2）支持数据采集范围扩展及接口快速开发；

3）支持较为便捷的全量/增量程序版本抽取和提交；

4）支持日常需求改造涉及的其他开发要求。

### 2.8 其它非功能性要求

2.8.1 运维要求

1）提供日常运行监控和完整的系统维护管理的方案：提供日志、实时交易监控等系统问题定位方案；提供日志和历史数据备份、清理机制；

2） 系统日志需接入比选人智能运维平台，满足《重庆三峡银行应用日志规范》中的要求；

3） 提供应用系统之间逻辑独立、启停服务时系统间不相互影响的部署方案（十分重要），保障系统的7\*24小时运行；

4）提供系统资源运行情况实时监控报告；提供系统出现异常预警报告；提供系统运行情况报表等。

5）涉及重大生产故障，需15分钟内响应，30分钟内提供临时解决方案并能恢复生产服务，并安排响应的技术专家进行技术支持。

6）对接比选人监控运维体系，满足监控体系各项要求。

2.8.2 日志要求

1）应完整记录所有通讯日志，如果通讯日志为字节码的，不能直接查看的，应提供查看工具。

2）应完整记录交易日志，方便交易统计分析，不同类型的交易可分不同的交易日志表。

3）可在线动态调整日志级别，在生产环境下定位问题时不需要中断服务。

4）系统相关日志应输出在应用目录之外。

5）不应在日志中记录客户支付敏感信息；不允许保留非本机构的客户敏感信息。

2.8.3 自动监控指标

1）磁盘占用率（关键目录）、CPU使用率、内存占用率等；

2）数据库连接池使用情况：总连接数、空闲连接数、使用中连接数；线程池使用情况：总线程、空闲线程、使用中线程；

3）虚拟机堆内存情况（适用Java）：空闲内存、使用中内存；

4）交易级的错误，应用系统重大错误；

### 2.9 应当遵循的标准和规范

应用应实现与行内各种操作系统、中间件、数据库、业务系统及工具软件进行平滑对接。系统的底层应支持各个层次的多种协议，支持与业务系统的互通、互联，应用系统采用标准的数据交换方式，保证数据共享。

系统架构必须遵循比选人应用架构统一架构规范；对外交互界面（含接口、交互流程）均需遵照比选人确定统一规范进行设计和开发，接口交互均需要通过分布式应用服务管理平台（以下简称“ESC”），数据文件交互优先使用 ESC 文件中心进行文件交互；同时开发过程的产出物（如：设计文档、代码、测试案例、测试报告等）也需完全遵照比选人确定的统一标准规范完成。

数据落标、数据治理。一是统一机构编码、人员信息，提升数据规范性；二是完善事件类数据的管理，解决统计报送痛点；规范码值体系；三是建立规范高效的数据同步机制；四是数据库设计应遵循一致性、完整性、规范化、安全性、可伸缩性与可扩展性原则，对数据来源进行统一、系统的分析与设计，协调好各种数据源，保证数据的一致性、完整性，数据库结构的设计应充分考虑后期发展和数据移植的需要；五是数据表设计原则上应满足每张表都应该有主键，一旦生成之后不允许复用和更改主键，以便于下游系统复用抽取、加工数据。

业务处理符合国家法律、法规和有关政策规定。数据标准要满足银监会及人民银行相关管理办法及标准化的要求。

### 2.10 其他技术要求

1）开发环境基于J2EE轻量级框架，支持JDK版本：JDK1.8及以上版本。

2）操作系统、数据库和中间件满足以下要求：服务端操作系统支持Linux（RHEL 7.9）、麒麟V10等，支持Oracle（19C）数据库（支持rac）、OceanBase数据库等，支持Weblogic（12.2.1.4及以上）中间件、东方通中间件等。

3）必须支持Windows全系操作系统，即WinXP/Win7/Win8/Win10，支持麒麟桌面操作系统，支持谷歌、360、IE6及以上版本浏览器使用，支持统信、奇安信、360等国产浏览器使用。

4）系统基础架构和底层数据库具备灵活性。

5）系统可集群部署，支持负载均衡，具备横向可扩展性。

6）系统处理能力能够满足现有业务数据以及未来三年可能发展的业务数据量。

7）系统开发需要符合本行开发规范和整体框架要求。

8）系统需支持dns方式连接数据库以及应用。

9）原则上不对系统许可（license）做限制。

10）参选人需提供完善的数据备份方案及备份机制。

11）需支持IPV6协议。

12）禁止应用软件部署使用的安装码或授权码与其运行的基础环境（如：硬盘序列号、CPU序列号或网卡序列号等）进行绑定。

13）系统在集群部署共享文件访问时使用对象存储（不得使用NAS）。

14）满足国家保密标准及要求。

15）系统应按照比选人研发运维标准完成比选人DevOps研发效能平台和AiOps智能运维平台的对接。

16）从底层技术框架及系统管理功能中提供完备的应用层面安全保密支撑，支持信创软硬件运行环境，对信息系统提供全方位的安全支持。

## 测试要求

1）中选人应负责系统的单元、集成和系统测试，提交完整的测试案例及达到准出标准的单元、集成和系统测试报告。

2）中选人应提供专职的性能测试负责人及性能测试人员进行系统的性能测试，提交满足系统性能指标的性能测试报告。

3）中选人应指派专职的测试项目经理及项目成员进行系统测试，参照比选人系统测试准入准出标准。

|  |
| --- |
| **系统测试准入准出标准** |
| **一、系统测试准入标准** |
| **阶段** | **准入条件** |
| 计划阶段 | 开发项目整体项目计划必须包含系统测试计划或系统测试计划时间 |
| 测试方要求的需求说明书及相关说明书已经通过评审，并形成终稿；文档包括但不限于：业务需求、需求说明书、系统原型、概要设计（可选）、用户手册（可选） |
| 变更影响范围是否提供 |
| 执行阶段 | 提交的产品经过了开发自测(单元及集成测试），并提交了测试案例与测试报告，单元及集成测试案例密度不低于20条/每功能点，案例需求覆盖度100%，无致命及严重遗留问题 |
| 系统测试案例准备就绪（案例密度为35条/每功能点） |
| 测试环境准备就绪 |
| 测试版本能够成功部署到测试环境。（如果测试和开发处于同一环境，则在系统测试开始前应该按照开发提交的版本重新部署） |
| 冒烟测试达到通过标准（冒烟测试案例通过率大于90%，有效缺陷率不高于10%） |
| **二、暂停/继续标准：满足下列之一的条件并由项目组审核同意，测试可以暂停** |
| **序号** | **暂停条件** |
| 1 | 由于程序、环境原因导致测试无法进行 |
| 2 | 项目暂停，已无测试必要 |
| 4 | 测试需求稳定指数小于70%，则暂停测试执行 |
| 5 | 每个里程碑节点或执行轮次案例执行通过率低于60%，则暂停测试执行 |
| 6 | 每个里程碑节点或执行轮次缺陷解决率低于50%，则暂停测试执行 |
| 7 | 每个里程碑节点或执行轮次缺陷的案例命中率大于25%，则暂停测试执行 |
| 8 | 每个里程碑节点或执行轮次严重以上缺陷占比大于35%，则暂停测试执行 |
| 9 | 测试环境、测试数据、测试人员等等测试必备条件不再具备或发生变化导致测试不能进行，则暂停测试执行 |
| 10 | 项目组确定的可以暂停的其他条件 |
| 11 | 恢复以上的条件并由项目组审核同意，测试可以继续 |
| **三、系统测试准出标准：同时满足以下条件，系统测试完成** |
| **序号** | **准出条件** |
| 1 | 测试需求覆盖率达到100%，测试案例覆盖度100% |
| 2 | 测试案例执行率达到100%，测试通过率95% |
| 3 | 缺陷修复率达到95% |
| 4 | 致命缺陷、严重缺陷解决率达到100% |
| 5 | 一般缺陷、微小缺陷解决率达到90%以上，建议缺陷解决率达到80%以上，且未解决缺陷得项目组认可 |
| 6 | 提交系统测试报告及通过评审 |
| **四、测试指标公式附录** |
| **TPI** | **公式** |
| 测试需求覆盖率 | 测试需求覆盖点/软件需求功能点 |
| 有效案例总数 | 案例总数-无效案例总数 |
| 有效缺陷总数 | 缺陷总数-无效缺陷总数-伪缺陷总数 |
| 严重以上缺陷总数 | 严重及致命缺陷总数-无效的严重及致命缺陷总数 |
| 案例执行率 | 每轮执行案例数/每轮计划执行的案例个数 |
| 需求稳定指数 | （测试需求分析中规则数量-业务需求因素引起变更的测试需求规则数-开发因素引起变更的测试需求规则数）/测试需求分析中规则数量 |
| 案例执行通过率 | 每轮执行通过的案例个数/每轮执行案例数 |
| 缺陷的案例命中率 | 有效缺陷总数/有效案例总数 |
| 严重以上缺陷占比 | 严重以上缺陷总数/有效缺陷总数 |
| 缺陷解决率 | 关闭缺陷总数/有效缺陷总数 |

## 人员要求

1）参选人应承诺未征得我行书面同意的情况下不得更换项目成员。

2）项目组所有成员必须为参选人单位员工，参选人项目组核心成员（项目经理、需求分析师、开发组长）须为单位正式编制员工。【提供近半年公司为项目组成员缴纳社保的证明材料，不得外包其他单位员工。（员工参保单位为参选人或委托第三方公司代缴，均认定有效；若员工社保委托第三方公司代缴，需提供代缴材料证明与第三方签订的合同或协议。总公司参选的，分公司员工可计算入内，子公司不计算入内。）】

|  |  |
| --- | --- |
| 项目经理 | 近三年全面建设CRM+零售营销平台且为一期搭建类的项目，主导过三个以上同类项目和具有五年以上项目经理工作经验，具有独当一面的技术能力；参与过零售数据集市建设，具备客户主数据加工、客户数据标准、客户标签集市建设、客户数据治理、客户数据迁移经验，且为项目骨干人员。直接对项目的实施负责，通过对工期、成本、质量的控制（包括总体制定、执行、跟踪、调整相关计划，协调项目可用资源），确保项目按要求完成。 |
| 需求分析师 | 近三年主导完成过CRM+零售营销平台一期搭建类同类项目并主导完成过三个以上同类项目的需求分析、设计；参与过零售数据集市建设，对客户数据规则制定具有丰富经验。熟悉银行业务流程和相关法律法规，能够辅助比选人完成业务流程梳理、整合以及创新，善于表达，具有良好的沟通技巧和能力。 |
| 系统架构师 | 主导过三个以上同类项目和七年以上相关工作经历，并且熟悉SOA、分布式架构以及主流开发框架。 |
| 项目组开发人员 | 至少二年开发经验，开发组长须有至少五年开发经验，且均有银行相关系统的项目实施经历。开发组长须有开发CRM+零售营销平台且为一期搭建类项目的实施经验。 |
| 项目组测试人员 | 具有两年以上银行相关系统测试经验，项目测试经理主导完成过二个以上同类项目的系统测试工作，且具有三年以上银行相关系统测试经验。项目测试经理需拥有CRM+零售营销平台且为一期搭建类项目的测试经验。 |

3）项目组成员须具备以上能力并提供人员简历信息证明工作经历及参与项目实施情况，同时，比选人将对所提供的人员进行审核，达不到我行要求的将要求替换。项目经理及骨干成员须参加比选人组织的面试，面试人员在合同签订时不得进行更换。

4）项目组成员若有违约违规行为将由参选人承担责任。

5) 参选人需根据项目组成员明确驻场开发人员名单,明确驻场人员的分工情况，大致的驻场时间。【提供项目组驻场开发人员名单及简历信息】

## 项目实施要求

在本项目实施周期内，如遇到原系统功能与需求不符，需要及时调整实施方案，满足比选人的要求，并征得比选人同意方可变更。

中选人在项目实施过程中，需按照比选人项目管理规范提供相应文档（所有提交文档必须为中文）。

本项目为现场开发，原则上不允许远程开发模式，除非得到比选人的明确认可和授权。

## 项目源代码要求

本项目的所有源代码，包括产品源代码、客户化源代码、系统平台源代码及第三方产品源代码，底层架构和通讯层的源代码，代码解析平台（若有）及源代码说明文档、源代码注释说明、基线版本号等相关内容，除确实无法获取源代码的第三方产品外，参选人应进行无保留的知识转移。客户化源代码的知识产权归比选人单独所有，其余部分归双方共有。针对共有部分，比选人拥有在比选人及其分支机构使用及后续开发的权利，中选人拥有在其公司和其他组织范围内使用的权利，但中选人使用时不得侵犯比选人利益。

## 交付周期、地点

### 7.1 交付时间

以项目合同为准。

### 7.2 实施及交付地点

比选人指定地点。

## 验收测试

### 8.1 验收测试的范围

验收测试的范围为项目实施完毕,上线前最终确认的所有需求。

### 8.2 验收测试的组织

比选人根据验收范围对项目进行验收，验收过程中中选人需根据比选人提出的验收意见对系统进行及时优化，出现严重缺陷或质量问题时，比选人可以决定暂停所有验收工作，直至缺陷和问题得到纠正，造成比选人损失的，由中选人承担。

### 8.3 验收测试的程序

1）对各功能模块进行测试；

2）在各功能模块测试合格的前提下，对系统进行全面初验；

3）系统验收测试合格后，进入试运行阶段；

4）系统在全行上线运行三个月后，进行验收。

### 8.4 验收测试的评定

测试结果按下列级别评定，并经验收小组签字认可：

•优良：功能和质量达到预期目的。

•合格：部分功能和质量不能满足比选人的要求，但中选人（集成商）采取了改正措施，使测试结果达到预期目的。

•不合格：功能和质量不能满足比选人的要求。

## 售后服务和支持

服务和支持的范围：

•系统的安装、部署和调试；

•项目的验收测试；

•项目的数据转换、数据迁移、模拟运行和试运行；

•与系统运行有关的技术问题（含操作系统、数据库、应用系统的整体性能调优等）

•项目上线后两年内，针对本项目的完善性需求以及监管提出的安全性需求，中选人需免费进行开发。

•相关技术及业务培训（其中在项目实施前必须组织技术人员进行平台二次开发培训，并提供平台的所有技术文档等）

•免费维保期以年度计算，应至少提供2年免费维保，免费维保期起始日为验收后次日，免费维保期结束日需延期至到期当年的6月30日或12月31日中较近日期（即免费维保延期最长不超过半年）。

•参选人在参选文件中详细说明在系统免费维保期的具体服务内容，系统免费维保期过后有偿维保的内容、价格及收取方式，若按开发量评估收取，应说明每人/月价格；

参选人在参选文件中需对以上相关内容中进行阐述并作出相应承诺。

【提供售后服务方案】

## 系统维保费用

免费维护期满后，每年维护费用不高于合同价8%，且每年系统升级改造工作量2个人月内不收费（工作量以比选人的最终评估为准），具体维保费用以合同约定为准。如比选人每年购买中选人的驻场实施服务费用高于系统维保费用的，中选人不再收取维保费用。在安全加固、BUG修复等方面应免费开展维护，不得另行收费。

## 文档和培训

### 11.1 文档

1）文档范围

包括中选人收集整理的系统建设中所形成的全部文字记载、录音和照片等，项目验收后由中选人向比选人提供。

2）文档内容

参选文件；系统总体规划书；系统需求说明书；系统详细设计说明书；系统源码；系统数据库设计说明书；系统使用和操作说明书；系统（含子系统）测试案例、验收方案；系统（含子系统）测试、验收报告；系统建设的详细工程日志；系统运行质量评估报告；系统变更和补充的相关文件、协议、录音、照片等。

3）要求

中选人提供的文档要保持完整性和准确性。所有文档都采用简体中文（第三方产品出厂文件除外）。

### 11.2 培训

1）培训人员

中选人应对下列人员进行相应的技术培训：

包括但不限于涉及本项目的相关开发人员、运维人员以及业务人员等。

2）要求

对所有的培训，中选人除提供完备的书面教材外，还应提交培训方案和计划。

比选人要求所有的培训在比选人指定地点进行。

## 服务连续性预案

在本次比选中，参选人应在参选文件中提供服务连续性预案供比选人查看，服务连续性预案应考虑供应链风险产生的影响。【提供服务连续性预案】

## 项目实施方案

在本次比选中，参选人应在参选文件中提供项目实施方案供比选人查看，方案应包括包括履行合同的时间计划、提交资料、人员安排等内容。【提供项目实施方案】

## 付款方式

本合同款项采用分期付款，具体如下：

•项目安装、调试并投入试运行后30个工作日内,支付项目合同总价的60％。•项目正式验收合格后30个工作日内,支付项目合同总价的30％。

•维护到期后30个工作日内，支付项目合同总价的10%。

## 保密条款

### 15.1 保密范围

中选人在实施过程中接触到的比选人知识产权、经营信息等。

### 15.2 保密责任

双方互为保密资料的提供方和接受方，负有保密义务，承担保密责任。除经过双方书面同意，任何一方不得将有关内容提供给合同以外的第三人。

## 报价要求

参选人应严格按照《参选文件格式》的“报价一览表”的格式认真填写。

## 知识产权

中选人提供的产品和服务以及在项目中用到的各种工具、产品、组件、文档不得侵犯任何方的知识产权和其他合法权益。不得侵犯比选人商誉，任何人未经比选人同意不得使用比选人合法所有的知识产权，由此造成的一切损失由中选人承担赔偿责任。如无特殊说明，本项目定制开发部分知识产权归比选人所有。

一经发现中选人将我行具有自主知识产权的系统代码违规转让、销售、赠送或泄露给第三方，或者通过互联网渠道（如百度网盘、GitHub仓库等）违规公开分享与该系统相关的重要配置数据、开发设计文档以及产品源代码，将视情节轻重情况给予中选方相应处罚（处罚金额不低于合同金额的10%）。

## 其他

18.1参选人必须在响应承诺函中对本章内容做出整体性响应和承诺，承诺内容必须达到本章及比选文件其他条款的要求。

18.2参选人应根据本章内容和要求，提供对应材料，无遗漏。

18.3其他未尽事宜由供需双方在合同中详细约定。

## 附件一：报名函

**报名函**

重庆三峡银行股份有限公司：

我单位报名参加“重庆三峡银行个人客户数字营销平台项目”，将根据比选文件要求，完成本项目POC测试及比选文件递交等项目流程。

单位名称（盖章）：

联系人：

联系电话：

2024年 月 日

## 附件二：POC测试方案

**一、POC测试背景**

**1.测试范围**

重庆三峡银行（以下简称“本行”）开展个人客户数字营销平台建设工作，

本次POC主要包括三大部分。

（1）营销能力

实现客户筛选、活动部署、触达渠道、触达时刻、触达过程、营销回检的全流程自动化，实现完整的基于用户场景的营销策略/计划的配置、执行、监督、数据反馈分析，达到客户的系统化分层经营效果。

（2）客户关系管理能力

CRM系统基本功能演示，如客户（对私、对公）统一视图、客户服务（各渠道触达）、分配、收回、移交、认领等核心功能，支持按不同的管户关系进行业绩展示，智能分析客群结构。支持按不同权限展示客户信息，客户金融信息安全管理能力，防止客户信息泄露。

（3）零售客户营销场景搭建

搭建客户全生命周期营销策略、账户全生命周期营销策略、长尾客户营销策略、流失客户挽回策略、贷款营销策略、公私联动营销策略、存款销售策略、理财销售策略、代销产品营销策略等至少3个营销场景，提供相关标签口径，提供客户经营过程中策略调整应急方案。

为保证项目质量，结合前期与厂商沟通交流的结果，经过个人客户数字营销平台项目相关成员商议后，决定对潜在厂商进行POC测试。

**2.测试目的**

本次POC的目的是通过现场系统搭建以及客户化的系统演示，使本行进一步了解和考察各厂商的产品，评估各家厂商的产品是否满足本行业务和技术需求。通过对各家厂商咨询、产品及实施各方面的综合比较，帮助本行选择一家既能满足本行业务需求，又在行业内领先、典型的系统供应商。

通过本测试，应达到如下目的：

（1） 考察系统技术体系及业务体系先进性及针对本行业务和技术需求的适应性；

（2）验证系统能否在信创产品上正常运行；

（3）查看厂商对行方需求的理解能力和将其转换为可实际落地产品规划和完整可用产品设计的能力；

（4）检验系统是否具有良好的可交互性；

（5）检验系统的可管理性、系统安全性、可扩展性、可维护性及容错性等。

**3.测试原则**

本次POC测试工作的重点是在有限时间内测试参测厂商的个人客户数字营销平台。因此，进行系统概念验证工作时需贯彻以下的原则：

整个测试过程体现公平、公正、严密、严谨、严肃的原则。

测试硬件环境一致性原则，各方测试使用相同的硬件配置。

测试评价合理性原则，行方制定合理的测试评分流程与评分细项，以客观事实为依据、实事求是表达测试结果。

测试的内容需要涵盖本方案所涉及到的内容和功能点，而对于本方案中没有提及而测试厂商又认为非常重要的功能，可以在POC测试过程中进行适当的演示。

参测厂商应坚持客观、公平、公正的原则，严格遵守测试纪律，协同完成各项测试任务，并注意做好保密工作，未经比选人许可，任何人不得擅自披露有关的测试情况和数据。

**二、POC测试安排**

**1.POC测试时间、地点、顺序**

本次POC测试时间根据项目实际情况安排，在比选前完成，厂商根据安排分批次入场实施，在规定时间内完成相关POC测试案例内容。

（1）时间

根据项目实际情况安排

（2）地点

重庆三峡银行西永办公楼

（重庆市沙坪坝区学城大道67号西永软件园2号楼）

**2.POC测试计划**

POC测试实施阶段包括环境的搭建、现场开发；业务需求展示讲解，厂商与比选人业务、科技人员交流，以及根据POC测试案例进行测试评分。具体日程安排如下：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **主要任务** | **人员** | **备注** |
| POC准备 | 厂商 | 环境搭建、系统开发测试 |
| POC检验 | 厂商、行内业务、科技人员 | 1、业务需求展示讲解，业务、技术沟通交流 |
| 2、业务与科技人员测试、评分 |

**3.POC环境**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **服务器名** | **用途** | **软硬件配置** | **提供方** |
| 应用服务器 | 应用部署 | 操作系统：银河麒麟V10CPU：鲲鹏中间件：东方通 | 比选人 |
| 数据库服务器 | 数据库 | 操作系统：银河麒麟V10CPU：鲲鹏数据库：OceanBase4.2.1 | 比选人 |
| 测试PC | 终端体验、测试 | 系统必须支持Windows全系桌面操作系统（即Win7/Win8/Win10/Win11）、统信桌面操作系统、麒麟桌面操作系统，支持谷歌、火狐、edge浏览器、支持统信、奇安信、360等国产浏览器使用 | 比选人 |

**4.测试数据**

参测厂商除提供可运行的本次项目所需要的系统外，建议提供支撑全套业务流程开展所需的挡板环境（包括但不限于核心系统、信贷系统、其它业务系统等）及相关业务数据，以便充分演示。

**5.数据安全与保密要求**

本行科技人员和参测厂商应达成共同的保密意识，明确测试数据只能用于本次POC，不得以任何形式（包括电子邮件、即时聊天工具、U盘和工作人员笔记本电脑等）将本行相关信息、文件或数据泄露。在POC测试结束后由本行人员监督将测试设备及测试人员工作设备(包括电脑、移动介质、网盘等)中的本次测试数据全部清除。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1** | **分类** | **POC模块** | **关注点** |
| 1 | 信创基线满足情况(必要条件) | 支持情况 | 1.是否适配本行基线产品的信创数据库；2.是否适配本行基线产品的信创服务器；3.是否适配本行基线产品的信创中间件；4.是否适配本行基线产品的信创终端、浏览器等。 |
| 2 | 业务（60分） |  首页工作台 | 1、支持查看商机、待办、任务、活动量及各类业务提醒任务；2、支持查看各业务部门数据、业绩指标等内容，需设置个金、普惠、公司、贸金业务专区。如不满足POC不得分。3、页面支持多角色切换功能，可根据不同角色进行数据隔离。4、可展示机构整体活动量执行分析、客户构成分析、客户数据展示（多维度）、总AUM、理财销售情况、代销情况（细项）、存贷款指标完成情况及业绩战报等内容，支持自定义配置展示指标，且查询、统计图、表支持下载导出。5、支持通过平台对重要应用功能的点击使用率分析形成用户常用功能的快速链接入口，方便用户快速进入功能操作区域。6、支持通过平台对用户操作日志的统计自动生成日常工作日志、客户营销接触统计数据等工作报告内容，支持查看本人的每日日程，进行日程的跟进、创建等操作。 |
| 3 | 客户&客群中心 | 1、支持查看客户概览分析，如客户AUM、客户数、客户存款余额以及客户排名等。2、自定义搜索条件可结合客户基础信息、客户指标、客户标签由用户自行设定，支持用户配置条件判断形式、条件预值，客户指标或标签分类。3、页面独立区分公司和个人客户专区，按业务需求展示客户列表和客户360视图。如不满足POC不得分。4、支持客户贡献度、忠诚度、活跃度等行为评价的方案化配置管理，由用户自定义选择评价指标和评价方法，实现客户评价规则的灵活扩展。5、建立客户360统一视图展示，整合多个来源的客户数据，由统一的客户画像进行数据呈现，从客户的基础信息、客户特征视图、客户行为分析、客户线索推荐、客户营销接触记录、客户享用的权益积分、客户管理关系等方面全面洞察客户，实现各信息要素的充分展示。6、支持客户的灵活批量分配和手工分配、调整、认领、移交等关系归属管理功能。支持批量分配规则的设置和维护。如：根据用户预先设定好的客户批量分配规则，由平台后台自动按分配原则判断客户的归属机构，将客户分配给该归属机构，并建立分配关系。7、平台通过内置多渠道的客户触达工具实现对客户接触过程的高效管理。触达渠道包括：短信、电话、面访、企微等，这些渠道的对接采用可扩展接口的方式实现。8、支持文件导入、标签筛选、客户洞察等形式创建客群。系统对接数据中台标签平台，支持标签圈群、文件导入对接的静态群组管理；支持自定义组合标签、衍生标签实现动态客户群组管理，静态、动态两种客群管理模式相互补充夯实客户分层分群精准营销。9、支持客群画像的查看与分析，支持自定义添加客群分析维度。提供客户/客群洞察能力，深入了解客户需求与行为偏好，满足客户细分场景经营需求。 |
| 4 | 经营管理 | 1、经营指标管理：平台对所有需要量化管理的经营KPI指标均实现配置管理。2、经营计划管理：平台可支持银行各级机构对日常经营活动进行任务目标管理，也可对专项经营任务进行目标管理。3、平台通过方案化的业绩计量管理实现对经营目标过程的监督考核。业绩计量方案可基于机构、团队或员工制定，可灵活调整计量方法和计算参数。4、支持查看员工视图，如员工的基本信息、业绩完成情况、商机跟进情况、管户客户情况等，且查询、统计表支持下载导出。5、支持通过经营KPI分析、计划任务目标分析等应用实现对经营过程的动态管理，经营指标分析数据可实现分类汇总与逐级下钻功能、且查询、统计图、表支持下载导出。 |
| 5 | 产品管理中心 | 1、梳理全行零售业务产品，形成产品目录，提供产品目录展示功能，并可进行维护和管理。2、查询全行所有零售产品，用户可根据产品名称、产品类型、产品特征等条件查询所需要的产品，包括按照产品组合查询条件查询产品或按照产品分类查询条件查询产品。3、对每类产品的营销包装信息要素进行维护，包括产品是否热销、产品营销话术、产品宣传图片、产品评价信息等营销包装信息的维护。4、以产品维度分析并展示负债端与资产端产品、理财、基金、信托、保险、贵金属等经营规模指标数据。5、以产品维度分析并展示理财、定期存款等产品每月到期金额、到期客户数、到期产品数等指标数据以及产品到期后的承接率指标及变化情况。6、以产品维度分析并展示负债端与资产端产品的FTP收入创利指标数据及变化情况。 |
| 6 | 营销管理/事件中心 | 1、进行客户行为事件的统一管理，可对接行内已有事件源，支持对接实时事件和日终事件，如资金变动类、行为发生类。支持配置不同事件的参数，如产品到期类、周期事件提醒类等，对金额阀值、日期天数进行配置。2、支持针对专项营销任务提供营销计划目标管理功能，支持营销任务目标的制定维护、计划检视与计划审批功能，通过营销计划任务目标的制定和下发实现对营销任务执行过程的任务目标监督。3、支持营销任务的自定义管理与过程执行监督，提供灵活的过程监测指标配置，支持平台对营销名单的筛选管理及外部系统名单导入及原客户群引用，支持任务按管户规则或其它自定义规则进行下发，提供配置化的任务审核流程。4、支持营销商机线索的系统发现和商机线索的创建维护功能，营销人员能认领待下发的商机并能进行商机转介，管理人员能对商机的执行过程进行管理，实现商机的分配收回功能，管理人员可以通过销售漏斗模型及时分析商机的达成情况，并不断调整模型参数完善销售漏斗的精确性。提供商机的跟踪和统计分析，数据分析报表可下载导出。5、营销客群管理：支持营销白名单、黑名单、免打扰名单客户管理维护。外部系统名单接入、批量导入，支持名单字段自定义，营销活动配置时可以将名单客户作为配置对象引入。支持通过选择标签客群，对标签客户进行组合筛选，根据客户画像标签进行精准营销。支持营销活动配置时可以将事件作为配置规则引入。 |
| 7 | 内容中心 | 1、支持对营销内容（知识库中心，支持合同模板、文件、话术模板）的管控做到统一上架、统一审核、统一使用。2、支持创建各类渠道模板如短信模板、app 消息模板等，进行内容统一管理，并供业务人员快速使用。 |
| 8 | 营销活动管理中心 | 1、支持普通活动、H5活动、场景活动、流程画布等活动策划模式。2、支持通过选择活动内容、活动类型、活动状态、活动发起机构等要素查询营销活动，或通过名称模糊查询营销活动。3、支持列表展示当前生效的所有营销旅程，点击可进入单项营销旅程视图。4、活动策略支持自动触发执行，满足实时营销需求。同时应支持基于实时活动效果，持续优化策略。5、支持A/B测试、灰度测试、任务营销、裂变营销、外拓营销等活动类型的智能策略配置。6、支持活动模板保存、复制、删除等功能。支持暂停营销活动，暂停后可对营销活动规则进行维护。7、提供可自由拖拉拽组合的流程画布能力，通过可配置的节点组件自定义设置多种策略以开展复杂流程活动。8、画布节点应支持营销活动基本信息、目标人群、参加条件、达成条件、权益设置、触达渠道等配置。9、画布流程活动设计过程中可以随时测试运行，验证并调整流程。10、通过活动基础规则、配置奖品及中奖规则，快速创建九宫格、大转盘等抽奖活动，并以H5小游戏形式触达客户。11、支持对创建的旅程数据进行汇总可视化分析，在营销活动期间关联客户行为数据、渠道反馈以及成交数据对营销效果进行量化分析和展示。各类数据分类分时的查询、统计图表支持下载。12、支持以产品、类型、活动、机构、客户经理等多维度指标进行营销监控，包括活动开展情况、现参与人数、剩余权益数量、领取情况、权益预警等进行实时查看和监控跟踪。各类数据分类分时的查询、统计图表支持下载。13、支持对营销指标效果、营销产品、营销类型、活动客群分析、成本、曝光度、转发度、热度、参与度、客户转化率、权益消耗量、客户经理等多维度指标的效果分析及查询、统计图表支持下载。 |
| 9 | 权益中心 | 1、支持对接营销活动权益，并提供权益的使用情况查询。2、支持对活动过程中已使用的权益进行查询，提供权益发放记录查看。3、支持对接权益平台，根据客户分类分时段查询权益生成、消耗情况、余额，并支持下载。 |
| 10 | 渠道管理中心 | 1、支持营销触达渠道的统一管理和维护；2、基于渠道运营的活动、产品和用户等运营数据对渠道触达结果情况进行统计和分析。3、支持设置全局策略，设置活动不感兴趣联动。对主动触达策略设置触达优先级。4、支持按导入名单或标签筛选设置全局黑名单、机构黑名单、渠道黑名单。 |
| 11 | 系统管理 | 实现用户管理、机构管理、菜单管理、角色与权限管理、代码参数管理、文件管理、日志管理、流程审批管理等。 |
| 12 | 信息安全保护功能 | 在客户信息脱敏的控制措施上，对查询页面、查询内容、异常操作监测等方面加强管控，增强可追溯能力，系统全页面水印展示，以及其他涉及客户信息保护相关的功能。全页面非涉及客户信息的统计分析数据均可按时间段进行下载导出。 |
| 13 | 移动端 | 1、实现各功能模块入口、我的待办任务、重要消息推送、我的日程功能。首页提供简洁友好的展示页面，保留各层级用户最关注的信息内容。主要功能包括：（1）待办任务：提供我的待办任务查看快速入口；（2）我的绩效：展示员工个人的业绩计量数据；（3）我的客户：提供管辖客户查看的快速入口；（4）我的提醒：提供事件提醒、日程提醒的展示和快速查看入口；（5）我的日程：提供日程查看和日程创建快速入口。2、支持单客户和典型客群洞察分析能力，通过手机APP各层级用户可方便的搜索管辖范围的客户和客群，并通过画像及数据分析功能实现一机在手，客户尽在掌握的效果。展示客户的关键信息数据时需考虑到手机显示界面的大小，以及客户信息安全和保密性等问题，在移动端展现的客户数据比较精炼，并对敏感数据加以屏蔽。主要功能包括：（1）辖内客户分析：实现对辖内管理客户的资产概况、客户规模、分层情况的统计分析；（2）客户快速与自定义搜索：单一条件和自定义组合条件的客户搜索；（3）单客户视图画像：客户全方位的信息视图和画像分析数据呈现，支持通过视图快速实现客户的接触联络；3、支持便捷进行营销活动执行反馈、商机管理跟踪、客户接触维护工作，实现客户的快速触达。主要功能包括：（1）营销任务查看反馈：查看营销任务要求并反馈营销执行过程。（2）商机跟踪管理：商机查看与商机执行；（3）客户一键外呼：客户快速电话联络；（4）客户短信联络：对接后端短信发送服务实现短信发送和记录；（5）客户面访打卡：客户面访登记和签打打卡；（6）产品计算器：提供各类产品计算器功能；产品查询与分类信息：各类热销与新产品等搜索、产品分类信息展示。4、管理层用户可方便进行经营管理分析和员工过程管理监督工作，实现移动化的办公作业，提高工作效率。主要功能包括：（1）经营KPI分析：经营KPI指标的存量值、变化趋势分析；（2）经营计划分析：经营计划的完成度、完成率分析；（3）活动量统计分析：机构及员工营销活动量指标分析；（4）营销概况分析：营销任务状态分类分析；商机分析：商机执行漏斗分析。 |
| 14 | 技术（40分） | 整体界面要求 | 1.布局合理、界面美观、各页面风格一致； 功能采用下拉菜单方式进行子模块展示； 各子页面采用一致风格、色调及布局；2.流程设计简单严谨，操作简便（1）交易界面各输入项分布合理，提交后有成功或失败提示，提示反馈信息可明确错误原因，只修改错误项，无需对其他正确项重新录入；（2）必输项有明确提示；（3）关联输入项之间有提示，错误录入有警告；3.页面兼容市场主流浏览器（谷歌、IE、火狐、奇安信等）。 |
| 15 | 总体设计需求 | 1.应用架构设计思想并且兼顾成熟与先进性，同时确保整体架构在产品生命周期内相对稳定与适用；若采用微服务架构，微服务数量应合理拆分，数量控制在3个以内；2.产品及应用需要支持高可用、集群化部署，单点故障时正常调起任务，支持手动切换主备，模拟单点故障，手动切换设备；3.系统具有高可靠解决方案，包含硬件、软件、服务等方面，具有系统容错性的方案(例 如：冗余、备份等)，较强的管理机制和控制手段，具备事故监控和网络安全保密等技术措施； |
| 16 | 安全要求 | 1.具备灵活的用户角色划分和权限管理机制，可灵活控制用户权限，具有审查、审计的能力；管理端界面可以对用户权限进行自定义配置；管理端界面可以根据日期，用户，操作类型等选项对用户日志进行审计。2.密码安全管理：用户密码需满足包含大小写、数字、特殊字符4种中至少包含3种，且长度大于8位的强密码设置要求。用户初次登录强制修改密码。可设置密码错误锁定次数，超过次数限制即锁定账户。可设置强制修改密码周期；用户口令在传输过程中需进行加密，使用md5加盐(随机数)、sha2、pbkdf2等方式进行加密传输，禁止直接使用明文传输，禁止直接使用MD5、sha1等弱加密方式。3.数据安全管理：数据库敏感字段加密存储（支持国密算法加密存储）；配置文件（中间件或数据库的连接信息）敏感信息加密存储（支持国密算法加密存储）；未将账号口令等敏感信息明文或简单编码存放在Cookie中。4.重复提交控制：控制交易的重复提交，避免网速较慢时用户使用刷新键或重新点击提交键发起交易，造成处理错误。5.显示要求：避免在html页面、js文件、客户端等前端上直接显示绝对路径、内网IP地址、账号口令等敏感信息。如：<http://XX.XX.XX.XX/index.js>;/var/www/html;user=admin,pass=admin;6.脱敏要求：敏感数据在前端显示时，应进行脱敏处理，如：姓名：张三脱敏为\*三、李某某脱敏为李\*某身份证号：1002\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*1237手机号：186\*\*\*\*0781银行卡号：623078\*\*\*\*\*\*\*\*\*4846住址：\*\*\*\*3单元3027.防暴力拆解：在登录认证失败时给出通用的错误提示（如“账号或密码错误”），不能透露用户ID是否存在等信息；使用图片验证码防止暴力破解。8.未授权访问：禁止未登录用户访问用户登录后的资源、页面或URL。9.防越权：授应严格限制默认账户或预设账户的权限，禁止将所有权限集中在某一预设账户上；互斥的权限不能共存于一人，如操作和审核权限。10.应用程序支持使用ipv6，内部通过域名访问。 |
| 17 | 系统部署实施便捷性 | 4.系统可与比选人研发运维一体化平台完整对接，满足比选人的对接实施要求。（介绍在同业对接Devops研发效能平台和AiOps智能运维平台的实施案例）。 |
| 18 | 系统运维实用性，数据字典、数据表权限等管理 | 1.数据字典管理：所有表需对字段进行备注。数据表管理：大表需建分区表或定期转历史；2.系统部署权限：系统部署非必要不使用超级用户。系统运维权限：系统运维不使用超级用户。 |
| 19 | 日志服务机制 | 1.日志需按大小日期分片存储，同一请求能够通过同一关键字或流水查询整个交易流程；2.平台服务端须有完整的日志记录机制，包括业务运行日志（记录关键业务功能的处理痕迹）、应用运行日志（记录应用系统启、停、故障等详细信息）、错误日志（记录应用系统所有异常情况的出错信息）、数据库日志表记录（数据库增、删、改的操作）等，能接入行内日志管理平台，可根据行内要求进行日志记录定制；3.系统日志支持配置参数调整日志级别以控制日志详细程度；日志具备屏蔽敏感信息，并能够根据行内要求采用配置方式，完成敏感字段的屏蔽功能；4.平台应具有完备的安全控管功能和审计功能，能够记录自身运行的日志信息，能够对系统操作员的操作记录进行审计，并能设置条件进行查询，根据需求提供相关的定制报表。审计日志的内容包括了日期、事件、发起者、类型、描述和结果等信息；5.具备可视化的、统一的日志查询界面。平台提供必要的日志统计与分析功能，实现的功能至少包括：定期按时间、服务种类、等多维度统计交易量、交易响应时间。 |
| 20 | 业务高峰的应对 | 1.系统对突发的高并发请求量进行流量控制，不会由于爆发性的处理流程请求导致拒绝和服务器运行资源耗尽引起整个业务运行的瘫痪；2.运行环境可以按业务应用对处理流程请求进行控制，保证关键性业务应用可以持续稳定的运行，不会让某业务应用的大量处理请求影响其它应用的正常处理。 |
| 21 | 系统性能要求 | 应具有高效的运行效率，能通过负载均衡、流量控制等机制，提供大规模、高并发量的交易处理能力，系统内分析统计报表查询性能指标；系统性能指标（200tps）。 |
| 22 | 文档管理 | 1.演示系统的基本文档，包括数据字典、运维手册、设计文档和需求文档、应急手册等；2.文档的规范性、完整性及可读性，所有文档需为中文文档；3.提供系统的性能及稳定性测试报告、安全渗透测试报告。 |
| 23 | 第三方产品 | 产品使用第三方（开源）产品清单以及授权文件清单，对第三方软件的依赖程度。 |
| 24 | 批量处理要求 | 批处理应有完备的启停方式和触发机制，具备批处理业务展示界面，要求系统支持批处理作业状态监控、报警，支持作业状态可视化进度监控、批量运行状态、时间等。 |
| 25 | 管理功能要求 | 科技人员与业务人员使用管理平台完全隔离，具有严格的权限管理、审计等功能，可明确记录操作人员的操作轨迹。 |
| 26 | 其他要求 | 系统应参照国标《信息技术 中文编码字符集》和行标《金融服务生僻字处理指南》等规定要求，支持对生僻字的录入，存储与展示。 |
| 27 | 高扩展性要求 | 1.可以通过灵活配置快速对接标签平台，实现标签的新增、修改以及删除；2.可以通过灵活配置实现各种类型线上活动的上架；3.可以通过灵活配置快速自定义业务个性化报表。 |

**三、评分规则**

本次POC测试的功能点共计27个，总分为100分。其中，信创基线满足度的评分项具有一票否决权，若不能适配比选人信创基线产品，则不予通过POC测试。

# 第四章 评审办法（综合评估法）

**评审办法前附表**

若评审办法前附表与正文不一致的地方，以评审办法前附表为准。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **条款号** | **评审因素** | **评审标准** |
| 1 | 评审办法 | 本次评审采用综合评估法。评审委员会按照评审办法前附表第2.1条规定的评分标准进行初步评审，初步审查合格的参选人评审委员会按照评审办法前附表第2.2 条规定的评分标准进行打分，按得分由高到低顺序推荐1-3名中选候选人，但参选报价低于其成本的除外。综合评分相等时，以参选报价低的优先；参选报价也相等的，由评审委员会按照POC测试总得分分值高的原则排序。 |
| 2.1 | 初步评审标准 | 所有参选单位进行初步评审。初步评审内容：资格评审、形式评审、响应性评审。 |
| 2.1.1 | 资格评审标准 | 资格条件要求 | 符合第一章“2. 参选人资格要求”规定 |
| 2.1.2 | 形式评审标准 | 参选人名称 | 与营业执照、资格证明材料一致 |
| 参选文件的签字盖章 | 符合第二章“参选人须知”4.5 条规定 |
| 参选文件的密封 | 符合第二章“参选人须知”4.6 条规定 |
| 参选文件格式 | 符合第六章“参选文件格式”的要求 |
| 参选文件组成 | 符合第二章“参选人须知”4.1 条规定，内容齐全、无遗漏 |
| 联合体参选 | 符合第一章“2. 参选人资格要求”2.8 条的要求 |
| 2.1.3 | 响应性评审标准 | 参选内容 | 1. 在响应承诺函中对第三章“项目要求”内容做出整体承诺；2. 根据第一章“2. 参选人资格要求”和第三章“项目要求”的要求规定，提供对应资料，内容齐全、无遗漏。 |
| 参选文件份数 | 符合第二章“参选人须知”4.5 条规定 |
| 参选方案唯一 | 只能有一个方案参选。 |
| 参选报价 | 符合第二章“参选人须知”4.7 条规定 |
| 参选有效期 | 符合第二章“参选人须知”4.3 条规定 |
| 参选保证金 | 符合第二章“参选人须知”4.4 条规定 |
| 2.2 | 详细评审 | 分值构成与评分标准(总分100分) | 一、参选报价（不含税报价）评分规则（分值：40分）1. 以各有效报价（不含税报价）之和的平均价格作为评标基准价，基准分为40分；2.计算各有效报价与评标基准价的偏离度。偏离度=（有效报价/评标基准价-1）\*100%；3. 报价向上每偏离基准价的1%扣1分，扣完为止，不足1%的不予扣减；；向下偏离基准价10%以内的，不扣分；向下偏离基准价超过10%的，在向下偏离基准价10%的基础上，向下偏离每多超过1%扣0.5分，扣完为止，不足1%的不予扣减。 |
| 二、商务部分评分规则（分值：25分）1.参选人管理资质（分值：4分）（1）有ISO体系相关认证，如：ISO9001（质量管理）/ISO20000（服务管理）/ISO27001（信息安全）/ISO22301（业务连续性），每项有一项认证得0.5分；满分2分。（2）有软件成熟度相关认证，拥有CMMI3级得1分，拥有CMMI4级得1.5分，拥有CMMI5级得2分，CMMI3级以下为0分；不重复计分，满分2分。注：需提供证书复印件。2.参选人实施案例（分值：8分）有效案例需同时满足以下条件：（1）2021年1月1日至参选截止之日（以合同签订日期为准）的银行业实施案例。（2）提供合同关键页复印、合同对应的发票和网上税务系统查询该发票截图；若无法证明，需提供合同甲方出具的证明材料原件。（3）实施案例必须是一期平台搭建类项目，不含二期及以上升级或运维类项目；（4）客户关系管理系统相关实施案例，合同建设范围需包含客户管理、营销管理、标签管理、经营管理等。（5）营销平台相关实施案例，合同建设范围需包含营销策略中心（必须为流程画布）、分析中心、客群中心、渠道中心等。（6）同时具备1个客户关系管理系统和1个营销平台的相关实施案例，算1个案例；或者1个项目内既包含客户关系管理系统相关实施内容又包含营销平台相关实施内容的案例为合并建设案例，算1个案例。例如：①参选人在A公司既有1个客户关系管理系统的实施案例，又有1个营销平台的实施案例，算1个案例。②参选人在A公司有1个客户关系管理系统的实施案例，在B公司有1个营销平台的实施案例，算1个案例。③参选人在A公司有1个XX项目的实施案例，合同建设范围内包含了客户关系管理相关内容以及营销平台相关内容，算1个合并建设的案例。计分标准：（下述计分标准（1）为基础分项，计分标准（2）至（4）为加分项，基础分项与加分项合计满分8分。）（1）在案例满足特定资格要求条件基础上进行评分，资格审查的案例不纳入评分，每多1个有效案例得0.5分，本项满分2分；（2）有效案例中每多1个国有银行、全国性股份制商业银行、城商行案例再加1分，本项最高加2分；（3）有效案例中每多1个国有银行、全国性股份制商业银行、城商行合并建设案例再加1分，本项最高加2分；（4）有效案例中每多1个带指标、标签加工相关服务的案例再加1分，本项最高加2分；评审依据：在案例满足特定资格要求条件基础上进行评分，资格审查的案例不纳入评分。合同关键页包括甲乙双方名称、双方印章、项目/产品的名称、合同/中标通知书签订时间、需求内容页等。合同对应的发票需同时提供网上税务系统查询发票截图（网上税务系统：https://inv-veri.chinatax.gov.cn，查询发票截图应与合同发票数量及编码一致。发票应同时满足：开票日期晚于合同签订日期；发票购买方与合同买方一致；发票销售方与合同卖方（投标人）一致）。以上证明文件若采购人存疑，参选人需提供原件备查，参选文件中须附相关证明文件复印件并逐页加盖公章，案例证明需提供甲方联系方式备查。3.参选人营销平台零售场景搭建咨询案例。（分值：5分）（1）参选人提供营销平台零售场景搭建咨询案例（5分）提供同业（银行金融机构）营销平台零售场景搭建实施咨询案例，每个同业银行营销平台零售场景搭建实施咨询案例得1分；满分5分。要求：a.必须为2021年1月1日之后签订合同并成功实施过的营销平台同业运营零售场景搭建实施案例，可为单独场景搭建项目不与系统建设强绑定。b.提供合同关键页复印件和合同内结算发票及查验截图，合同关键页包括甲乙双方名称、双方印章、项目/产品的名称、合同/中标通知书签订时间、需求内容页等。合同对应的发票需同时提供网上税务系统查询发票截图（网上税务系统：https://inv-veri.chinatax.gov.cn，查询发票截图应与合同发票数量及编码一致。发票应同时满足：开票日期晚于合同签订日期；发票购买方与合同买方一致；发票销售方与合同卖方（投标人）一致）；若无法证明，需提供合同甲方出具的证明材料原件。c.零售场景搭建咨询案例合同中需要包含关于营销平台相关的客户全生命周期营销策略、账户全生命周期营销策略、长尾客户营销策略、流失客户挽回策略、贷款产品营销策略、公私联动营销策略、存款产品销售策略、理财产品销售策略、代销产品营销策略其中至少1项营销场景，如名字不完全相符但服务内容包含也算。4.参选人服务承诺（分值：5分）参选人需提供承诺函，承诺本项目最终验收后，免费维护期至少2年（免费维护期结束日需延期至到期当年的6月30日或12月31日中较近日期），期满后，每年维护费用不高于合同价8%。（1）免费维护期每增加1年得1分；本项满分2分；（2）期满后，每年维护费用在合同价8%的基础上每降低1%得1分；本项满分3分。5. 实施团队要求（分值：3分）参选人所提供的项目组成员清单，需满足第三章第4条“人员要求”中主导项目个数和从业年限，如不满足，不得分。（1）项目经理：具备5个及以上同类项目管理经验得0.5分，具有10年以上银行业项目管理经验得0.5分；本项满分1分；（2）现场需求分析师：具备5个及以上同类项目业务咨询、需求分析项目经验得0.5分，具备7年及以上银行业项目工作经验得0.5分；本项满分1分。（3）现场开发实施人员：具备5年及以上工作经验得1分。注：参与本比选项目现场实施的项目组成员需要提供人员简历表，格式自拟。简历中相关资质证书需要提供证书复印件及网站查询截图，相关工作及项目经历需提供相应的证明材料，包括但不限于满足要求的相关合同中项目组成员名单，盖有合作方公章的证明材料等。工作经验年限需提供个人社保缴费记录。此处出示提供证明的人员必须作为本比选项目的项目组成员参与开发建设。 |
| 三、技术部分评分规则（分值：35分）1.项目实施方案（分值：5分）参选人根据项目要求提供项目实施方案，评标委员会对项目实施方案进行横向对比打分：（1）参选人所提供的实施方案完整、详细，实施步骤、计划明确，符合项目建设要求，可行性强（4-5分）。（2）参选人所提供的实施方案较完整，实施步骤、计划较明确，基本符合项目建设要求，可行性一般（2-3分）。（3）参选人所提供的实施方案不够完整，实施计划不够明确，可行性弱（0-1分）。注：参选人应结合第三章业务需求的内容，提供详细且可行的实施方案与进度计划安排，内容包含：实施方案、实施阶段、实施范围内容、人员安排、实施工期、数据迁移实施方案与等。2.功能满足度（分值：30分）根据POC测试评分表中的总得分\*0.3即为本项得分。注：比选人根据第三章附件二POC测试方案进行。 |
| 3 | 评审程序 | 1.初步评审前，按本章第3.1.3项的规定对参选报价有算术性错误的进行算术性错误修正。2.初步评审合格的参选文件进行参选报价、商务部分的评分。3.根据综合得分由高至低进行排序，推荐1-3家合格的中选候选人。并依次为第一、二、三中选候选人。 |
| 3.2.3 | 参选人得分 | 参选人得分=参选报价得分+商务部分得分+技术部分得分 |

## 1. 评审方法

本次评审采用综合评估法。评审委员会按照本章第2.2 条规定的评分标准进行打分，按得分由高到低顺序推荐中选候选人，但参选报价低于其成本的除外。综合评分相等时，以参选报价低的优先；参选报价也相等的，由评审委员会随机抽取确定。

## 2. 评审标准

### 2.1 初步评审标准

2.1.1 资格评审标准：见评审办法前附表。

2.1.2 形式评审标准：见评审办法前附表。

2.1.3 响应性评审标准：见评审办法前附表。

### 2.2 分值构成与评分标准

2.2.1 分值构成：见评审办法前附表。

2.2.2 评审基准价计算方法：见评审办法前附表。

2.2.3 评分标准：

（1）参选报价评分标准：见评审办法前附表；

（2）商务部分评分标准：见评审办法前附表；

## 3. 评审程序

### 3.1 初步评审

3.1.1 评审委员会依据本章第2.1 条规定的标准对参选文件进行初步评审。有一项不符合评审标准的，作否决参选处理。

3.1.2 参选人有以下情形之一的，其参选作否决参选处理：

3.1.2.1 有第二章“参选人须知”第9.条以及第11. 条规定的任何一种情形的；

3.1.2.2 有串通参选、弄虚作假等其他违反相关法律、法规行为的；

3.1.2.3 不按评审委员会要求澄清、说明或补正的。

3.1.2.4 本参选文件约定的其它情形。

3.1.3 参选报价有算术错误的，评审委员会按以下原则对参选报价进行修正，修正的价格经参选人书面确认后具有约束力。参选人不接受修正价格的，其参选作否决参选处理。修正原则见第二章“参选人须知”第4.8 条。

### 3.2 详细评审

3.2.1 评审委员会按本章第2.2 条规定的量化因素和分值进行打分，并计算出综合评估得分。

3.2.1.1 按本章第2.2 条规定的评审因素和分值对参选报价计算出得分；

3.2.1.2 按本章第2.2 条规定的评审因素和分值对商务部分计算出得分（评审委员会统一打分）；

3.2.2 评分分值计算保留小数点后两位，小数点后第三位“四舍五入”。

3.2.3 参选人得分=参选报价得分+商务部分得分+技术部分得分。

### 3.3 参选文件的澄清和补正

3.3.1 在评审过程中，评审委员会可以书面形式要求参选人对所提交参选文件中不明确的内容进行书面澄清或说明，或者对细微偏差进行补正。评审委员会不接受参选人主动提出的澄清、说明或补正。

3.3.2 澄清、说明和补正不得改变参选文件的实质性内容（算术性错误修正的除外）。参选人的书面澄清、说明和补正属于参选文件的组成部分。

3.3.3 评审委员会对参选人提交的澄清、说明或补正有疑问的，可以要求参选人进一步澄清、说明或补正，直至满足评审委员会的要求。

### 3.4 评审结果

3.4.1 评审委员会按照得分由高到低的顺序推荐中选候选人。

3.4.2 评审委员会完成评审后，应当向比选人提交书面评审报告。

3.4.3 有效参选不足两个的，经评审委员会判定，参选人具有相对行业竞争力的，可继续进行评审。

### 3.5 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它好处，不得向他人透露对参选文件的评审和比较、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，不得使用本比选文件没有规定的评审因素进行评审。

### 3.6 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，不得向他人透漏对参选文件的评审和比较、中选候选人的推荐情况以及与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。

# 第五章 合同模板

（本章节的合同条款及格式仅供参考，具体以合同签订时为准）

**编号：SXYH20220101018\_\_\_**

**重庆三峡银行**

**个人客户数字营销平台项目合同**

**委托方（甲方）：重庆三峡银行股份有限公司**

**受托方（乙方）：**

**签订地点：重庆**

**目录**

[第一条 定义](#_Toc17203)

[第二条 项目名称、内容及要求](#_Toc15343)

[第三条 项目履行的进度、期限、地点、地域、方式](#_Toc3203)

[第四条 方案调整](#_Toc3357)

[第五条 验收](#_Toc3135)

[第六条 交付使用后维护期、系统完善和保修维护服务](#_Toc17464)

[第七条 技术辅导与培训](#_Toc5025)

[第八条 双方的权利、义务](#_Toc14621)

[第九条 乙方的声明与保证](#_Toc24688)

[第十条 知识产权](#_Toc27215)

[第十一条 第三方索赔](#_Toc14235)

[第十二条 保密](#_Toc4014)

[第十三条 价格与支付](#_Toc1407)

[第十四条 风险责任的承担](#_Toc12313)

[第十五条 违约与赔偿](#_Toc14742)

[第十六条 合同的解除](#_Toc14576)

[第十七条 合同变更及转让](#_Toc96)

[第十八条 争议解决](#_Toc20173)

[第十九条 通知与送达](#_Toc21949)

[第二十条 合同生效](#_Toc2294)

[第二十一条 不可抗力](#_Toc31521)

[第二十二条 反商业贿赂](#_Toc5451)

[第二十三条 附件](#_Toc30781)

[第二十四条 其他](#_Toc28866)

[附件一：工作（需求）说明书](#_Toc16916)

[附件二：项目人员名单及人员应急退出机制](#_Toc11394)

[附件三：验收标准及流程](#_Toc19835)

[附件四：维护服务条款](#_Toc31759)

[附件五：服务水平协议（SLA）](#_Toc11273)

[附件六：服务连续性预案](#_Toc22636)

**委托方: 重庆三峡银行股份有限公司（以下简称“甲方”）**

法定代表人：刘江桥

地址：重庆市渝北区嘉州路88号中渝国际都会4号写字楼

邮政编码：

联系人：

电话：

电子邮箱：

**受托方：XXXXXXXXXXXXX（以下简称“乙方”）**

法定代表人：

地址：

邮政编码：

开户银行：

账号：

税号：

联系人：

电话：

手机：

传真：

电子邮箱：

**鉴于：**

乙方具有良好的开发实施能力，甲乙双方经友好协商并达成一致，依据相关法律、法规的规定，就甲方委托乙方进行项目实施与技术支持，向乙方订购个人客户数字营销平台产品（含定制化开发）的相关事宜订立本合同，以资信守：

## 第一条定义

在本合同中，除非有相反的表述，下列术语具有如下含义：

1.1“项目”系指乙方受甲方委托，单独为本合同目的依据合同附件一《工作（需求）说明书》的产品实施与数据迁移服务。

1.2“客户化工作”指项目交付乙方后乙方对甲方的需求进行开发实施。

1.3“产品实施数据迁移”指乙方产品的安装配置和业务数据迁移服务。

1.4“个人客户数字营销平台系统业务”指乙方提供给甲方的附件一中所涵盖的业务功能。

1.5“缺陷逃逸率”：后一测试阶段测试期间发现的缺陷个数/（当前测试期间所发现的缺陷个数+后一测试期间发现的缺陷个数）。

1.6“试运行”：项目上线后进入试运行阶段，项目试运行至少3个月。在试运行期间，甲方随时将发现的逃逸的缺陷通知乙方，乙方在最快的时间内予以响应。

1.7“响应时间”：指乙方就甲方提出的问题予以答复的时间。

1.8“特别重大运营中断事件（I级）”：（1）由于重要信息系统服务中断或重要数据损毁、丢失、泄露，造成经济秩序混乱或重大经济损失、影响金融稳定的，或对公众利益造成特别严重损害的事件；（2）由于重要信息系统服务异常，在业务服务时段导致甲方业务无法正常开展达3个小时(含)以上的事件；（3）业务服务时段以外，重要信息系统出现的故障或事件救治未果，可能产生上述1至2类的事件。

1.9“重大运营中断事件（II级）”：（1）由于重要信息系统服务中断或重要数据损毁、丢失、泄露，对银行或客户利益造成严重损害的事件；（2）由于重要信息系统服务异常，在业务服务时段导致甲方业务无法正常开展达1个小时(含)以上的事件；（3）业务服务时段以外，重要信息系统出现的故障或事件救治未果，可能产生上述1至2类的事件。

1.10 “较大运营中断事件（III级）”：（1）由于重要信息系统服务中断或重要数据损毁、丢失、泄露，对银行或客户利益造成较大损害的事件；（2）由于重要信息系统服务异常，在业务服务时段导致甲方业务无法正常开展达半个小时（含）以上的事件；（3）业务服务时段以外，重要信息系统出现的故障或事件救治未果，可能产生上述1至2类的事件。

1.11“致命缺陷”：导致对被描述的主要对象的理解错误、不可行、不能运转、对业务和整个系统可能造成重大损失或损害。比如：（1）由于程序所引起的死机，非法退出；（2）死循环；（3）导致数据库发生死锁；（4）数据通讯错误；（5）严重的数值计算错误；（6）财务错误；（7）导致出现上述III级（含）以上事件；（8）对客户造成不利影响；（9）引起客户投诉；（10）对甲方声誉造成不良影响。

1.12“严重缺陷”：对被描述的部分对象的理解或实现错误，部分的系统或模块不可行或不能运转或部分系统和模块缺失，对整个系统有重大影响或可能造成部分的损失和损害。比如：（1）功能不符；（2）数据流错误；（3）程序接口错误；（4）轻微的数值计算错误。

1.13 “一般缺陷”：系统中部分单元模块或单个功能描述和实现有错误、有偏差、不一致或有缺失，不影响模块的正常运行，或有影响但可以有替代办法或避免办法。比如：（1）界面错误(详细文档)；（2）打印内容、格式错误；（3）简单的输入限制未放在前台进行控制；（4）删除操作未给出提示。

1.14 “微小缺陷”：基本不影响系统的运行和功能的实现。但是与标准、规范和定义不一致。比如：（1）辅助说明描述不清楚；（2）显示格式不规范；（3）长时间操作未给用户进度提示；（4）提示窗口文字未采用行业术语；（5）可输入区域和只读区域没有明显的区分标志；（6）系统处理未优化。

1.15“重大缺陷”：指严重缺陷和致命缺陷。

**第二条** **外包开发内容**

2.1项目名称：重庆三峡银行个人客户数字营销平台项目

2.2开发内容

重庆三峡银行（以下简称“本行”）开展个人客户数字营销平台（以下简称“营销平台”）建设工作，持续深化大零售转型，全面提升数字化客户服务能力，从客户全生命周期运营的视角着手，围绕客户分层分群分级管理，以深入的客户洞察和价值挖掘为核心开展客户的差异化管理与营销、运营工作。本项目包含三大部分内容，一是营销能力构建，能够实现客户筛选、活动部署、触达渠道、触达时刻、触达过程、营销回检的全流程自动化，实现完整的基于用户场景的营销策略/计划的配置、执行、监督、数据反馈分析，达到客户的系统化分层经营效果；二是客户关系管理能力，包括客户（对私、对公）分配、收回、移交、认领等核心功能，支持按不同的管户关系进行业绩展示，智能分析客群结构；三是零售客户营销场景搭建，包括但不限于新客百日经营、客户全生命周期、账户全生命周期、存量潜力客群经营、长尾客户经营、流失客户挽回经营、公私联动交叉营销、消费贷交叉销售、商户贷交叉销售营销、存款交叉销售、理财交叉销售等3-5个营销场景搭建服务，协助本行梳理基础数据与相关标签口径。

详细内容参考附件一《工作（需求）说明书》，最终以附件一中双方约定的内容为准。

2.3技术指标和质量要求。

见附件一、附件四。

2.4应当遵循的标准和规范。

乙方交付的个人客户数字营销平台项目应当满足国家相关法律法规、监管政策和行业标准，需满足甲方各类内部管理要求，包括信息安全管理相关要求、客户信息保护相关要求、数据标准相关要求，涉及银联卡支付的需满足《银联卡支付信息安全管理标准》。

**第三条 项目履行的进度、期限、地点、地域、方式**

3.1乙方必须投入足够的具有本项目实施能力的技术人员以保证本项目按期完成,乙方项目组主要成员及人员应急退出机制见附件二《项目人员名单及人员应急退出机制》，未经甲方事先同意，附件二中人员不得变更；如遇特殊情况需变更的，替换人员技术水平或级别需不低于被替换的人员水平或级别，并需通过甲方考察并取得甲方同意，否则甲方有权要求更换。

3.2进度：乙方应严格按照3.3所列示的期限完成项目实施任务。

3.3期限：上线时间为 年 月 日前

3.4地点：乙方完成项目实施工作的地点为：重庆；【驻场】实施。

3.5地域：本项目适用机构所在地域包括： 重庆三峡银行总行各部门及辖内各经营机构 。

3.6方式：

3.6.1协调：甲、乙双方各派出一名项目主要负责人负责本项目协调工作。其中，乙方代表负责提示完成本项目各阶段双方按照本合同应当履行的义务；经双方代表确认后分别与双方相关人员组织协调开展工作。

3.6.2 支持：乙方完成本项目有赖于甲方及时、全面、准确地向乙方提供需求信息和数据信息。同时，为完善项目需求，甲方亦有赖乙方针对性地提出建议性方案。甲、乙双方应当在上述方面给予对方必要的支持与协作，以保障项目实施工作顺利进行。

**第四条 方案调整**

4.1因甲方原因提出导致增加【2】∕人∕月以上工作量的需求变更，须通知乙方并由乙方确认，对此变更给乙方带来的额外劳动部分甲乙双方协商解决，由此变更导致项目进度延期不构成违约。但4.2款确认的，由乙方原因引起的工作量，甲方无需承担任何费用。

4.2 方案一经双方确认，任何一方有方案调整意见，均需与对方签字确认。

**第五条 项目验收**

乙方负责的产品（即本合同2.2约定内容）在甲方生产环境正式安装部署（需遵循甲方系统上线相关的制度规范提交版本所需上线资料）完成后进入试运行期，乙方应根据试运行情况提交《项目上线试运行报告》；上线试运行期间，本合同中的系统出现的任何问题，乙方应及时解决，保证试运行期间的稳定运行；试运行期间若出现较大运营中断事件（III级）及以上，乙方应予以立即解决，从出现中断事件至排除故障或解决问题期间的时间不计入试运行期，系统验收时间向后顺延。在符合甲方项目预期目标且试运行满三个月后，由甲方按照合同约定进行正式验收，验收通过后签署验收表或验收报告。

如果验收不合格，甲方有权另行指定正式验收的时间，在重新验收前乙方负责继续对项目进行修改和完善，并在甲方指定的期限内达到验收标准，其验收过程和方式不变。由此导致延误项目进度的，费用和责任由乙方承担。并按本合同 第十五条之约定向甲方赔偿。再次验收仍不合格的，甲方有权解除本合同，不再支付任何费用。详细内容见附件三《验收标准及流程》。

**第六条 交付使用后维护期、系统完善和保修维护服务**

6.1本合同金额包含【】年维护，维保期起始日为验收后次日，维保期结束日需延期至到期当年的6月30日或12月31日中较近日期（即维保延期最长不超过半年）。

6.2本合同产品的有偿技术服务期为本合同第6.1条约定的维护期到期之日起10年。本项目产品服务期内（包括本合同第6.1条约定的维护期与有偿技术服务期）如甲方对照附件一发现项目存在技术缺陷和隐蔽瑕疵，乙方应负责予以解决并应承担相应法律责任。

6.3乙方保证实施的项目产品在正常环境及状态下的正常使用和运行，且可与甲方原先使用的、本次被替代的系统兼容和无缝连接，不会导致甲方原使用的系统中数据和本项目应用后新的系统中数据丢失，若因乙方原因导致甲方原使用的系统中数据和本项目应用后新的系统中数据丢失的，甲方有权解除本合同，不再支付任何费用，且乙方应赔偿给甲方造成的损失。

6.4本合同第6.1条约定的维护期与有偿技术服务期内，服务内容和服务方式详见附件四《维护服务条款》。

6.5上述服务，不包括由下列事件引起的故障：

6.5.1 未能为系统提供适当的外部环境-如必要的系统环境、必要的管理体系、未能按照乙方要求配备资源等。

6.5.2 使用并非由乙方提供的产品或服务。

6.6本合同第6.1条约定的维护期与有偿技术服务期内，如甲方发现交付的项目与双方最终签字确认的需求不符，尽管已经验收，但乙方仍具有立即纠正不符之处的责任。如乙方在收到甲方不符通知后 3 日内不到甲方现场进行检修，或在收到甲方通知后 10 日内仍不能纠正不符之处的，甲方有权采取其他措施（包括聘请第三方替代履行）以减少损失，由此产生的费用及相关损失由乙方负责。乙方承诺，甲方采取上述措施不必征得乙方事先同意，且不构成对乙方的任何侵权。

6.7维护期结束后的10年有偿技术服务期内，如甲方需要乙方提供维护服务,乙方应予提供。双方确认，甲方有权选择是否购买维护服务，乙方无权要求甲方对未使用维护服务的期间支付费用。

6.8 维护期结束后有偿技术服务期每年的维护价格【不超过/为】合同总额的【%】，具体服务内容详见附件四《维护服务条款》。有偿技术服务期的服务水平不低于附件四承诺的维护期的服务水平。**后续改造类项目维护费用以系统首期建设合同（即本合同）约定为准，不得叠加、单独收取。**

6.9本合同并非维护期结束后的维护服务合同，有偿技术服务的合同由双方另行签订。

**第七条 技术辅导与培训**

乙方应负责向甲方提供技术辅导与培训，以使甲方人员熟练掌握该项目产品的应用和日常维护。培训内容包括：业务操作培训、安装配置培训、系统架构培训、运行维护培训等。

具体培训内容由双方共同商定，并由甲方项目经理签字确认。

**第八条 双方的权利、义务**

8.1除本合同其他条款外，甲方应承担如下义务：

8.1.1 按照本合同第十三条的规定向乙方支付报酬。

8.1.2 向乙方提供本合同约定的业务协作：如参与各方的资源协调与进度管理、商务保障、项目环境保障等，确保参与各方按期、按质协同工作。

8.1.3 指派一名项目主要负责人参加甲、乙双方为本项目召开的会议并协调相关工作和签署有关文件。

8.1.4 甲方为乙方解决现场人员正常开展工作的开发测试系统环境和场地。

8.2除本合同其他条款外，乙方应承担如下义务：

8.2.1 遵守法律法规及银行业金融机构内部管理制度及规定，贯彻执行相关监管政策。

8.2.2 按照本合同附件一的要求，采取一切必要的措施完成实施任务，保证项目的功能满足本项目需求，并确保在实施过程中严格执行版本过程化管理，配合甲方《软件研发项目实施细则》提供交付物。

8.2.3 负责在甲方的环境内安装并调试实施项目。

8.2.4 指派一名项目主要负责人参加甲、乙双方为本项目召开的会议并协调相关工作和签署有关文件。

8.2.5 指派独立于开发团队的测试人员负责项目系统测试，并承诺按照甲方质量管理要求完成项目系统测试、性能测试、安全测试等。

8.2.6 按照本合同的约定向甲方提供相关技术资料并提供技术指导。

8.2.7乙方需为甲方提供持续的项目风险识别和控制措施，并按甲方要求提供公司财务分析报告、项目进度报告以及重大事项报告等。

8.2.8 乙方应该适时开展风险管理评估和第三方审计工作，应该接受甲方的审核、评估以及外包检查，并配合接受来自监管机构的各项检查，配合对监管意见做出相应的管理、服务、基础设施、软硬件等整改。

8.2.9 乙方应针对服务内容为甲方制定业务连续性计划和应急计划并维护好相关资源，在服务质量不能满足合同要求时，甲方具有优先获取服务资源的权利。

8.2.10 乙方应当自己完成本合同项下的开发、测试或维护等工作，而不得分包给任何第三方，也不得进行转包或变相转包。

8.2.11 因政策或环境变化，或乙方由于其自身原因可能造成的服务变更或中断，乙方需配合甲方制定并按计划实施退出方案；过渡期间，乙方应继续履行约定的义务，保障甲方相关工作正常开展，保障业务连续性；并根据甲方要求，梳理项目可交付物，完成项目成果及资料交接。

**第九条 乙方的声明与保证**

乙方向甲方做出如下声明与保证：

9.1乙方完全具有本合同项下项目实施的技术资质与实力，包括开发技术人员、硬件设施等。

9.2乙方已对照本合同附件一中甲方确认的需求，确认乙方的设计方案已经涵盖了设计需求的各方面，并且乙方实施的产品是先进的、适用的、兼容的，能够满足甲方核心业务扩展的需求。

9.3乙方在本项目中【使用/未使用】第三方产品，包括第三方SDK、小程序、软件、开源组件等，（若选择【使用】请列举）例：第三方SDK：XXXX、XXX；第三方小程序：XXX等。若乙方在项目中使用了第三方产品，乙方须按如下要求执行：

（1）针对第三方SDK：乙方应开展安全评估和个人信息保护评估，并提供无中高风险的评估报告；

（2）针对第三方小程序：乙方应开展安全评估，并提供无中高风险漏洞的安全评估报告。

（3）若第三方产品出现安全漏洞或违反个人信息保护相关法规，甲方有权要求乙方进行修复，若因此给甲方造成损失的，甲方有权随时向乙方追偿。

9.4乙方保证向甲方提供的项目产品（含第三方产品）的安全性、合规性，保证无恶意脚本、后门及恶意漏洞，不携带任何病毒，不越权收集、处理客户信息。

9.5乙方向甲方提供的产品和服务不会有任何第三方主张权利，也不会侵害任何第三方的合法权益，包括知识产权。

9.6乙方保证遵守甲方《重庆三峡银行员工回避管理办法》中招录回避、任职回避、公务回避的相关要求。若发现乙方人员与甲方内部人员存在亲属关系，乙方应主动报告，并采取相应回避措施。

9.7 乙方保证其人员无不良记录，服务商与其建立合法的雇佣关系，依法履行用工管理职责。

9.8 乙方定期通报外包事项，及时通报外包突发性事件及解决情况。

**第十条 知识产权**

10.1乙方提供的产品和服务以及在项目中用到的各种工具、产品、组件、文档不得侵犯任何方的知识产权和其他合法权益。不得侵犯甲方商誉，任何人未经甲方同意不得使用甲方合法所有的知识产权，由此造成的一切损失由乙方承担赔偿责任。

10.2 乙方行使任何基于本合同约定或法律规定取得的对软件产品的处分权，包括软件的转让权、专有使用权及使用许可权，都不得损害甲方基于本合同约定或法律规定取得的权利，也不得对甲方行使这些权利造成任何妨碍。

10.3乙方应将有关资料（数据库设计文件、技术文件和用户手册等全部资料）在甲方要求期限内，按国家有关项目开发标准以文字等载体的形式交给甲方，甲方拥有永久的使用权。乙方须提供全部源代码（包含以下内容：产品源代码、客户化源代码、系统平台源代码、第三方产品源代码，底层架构和通讯层的源代码）、代码解析平台（若有）及源代码说明文档、源代码注释说明、基线版本号等相关内容，乙方应进行无保留的知识转移。

10.4本项目客户化源代码的知识产权归甲方单独所有，其余部分归双方共有。

10.4.1未经甲方事先书面同意，乙方不得将前述属于甲方知识产权的全部或部分转让给任何第三方，也不得进行任何形式的复制、改编、编译或衍生开发或者许可他人使用，包括将系统中有关甲方专有业务方式、业务流程规则、专有内容的技术实现方法等以任何方式用于任何第三方系统的设计及开发中。

10.4.2针对共有部分，甲方拥有在甲方及其分支机构使用及后续开发的权利，甲方在乙方交付的系统版本上进行自主开发或交由第三方公司开发，开发成果的知识产权归甲方所有。乙方拥有在其公司和其他组织范围内使用的权利，但乙方使用时不得侵犯甲方利益。

10.4.3一经发现乙方将甲方具有自主知识产权的咨询成果、系统代码违规转让、销售、赠送或泄露给第三方，或者通过互联网渠道（如百度网盘、GitHub仓库等）违规公开分享与该系统相关的重要配置数据、开发设计文档以及产品源代码，将视情节轻重情况给予中选人相应处罚（处罚金额不低于合同金额的10%）。

**第十一条 第三方索赔**

11.1对于任何针对甲方提出的有关乙方开发的本项目产品的索赔，包括侵犯使用开发软件和资料或接受支持服务的国家的某项专利、实用新型、工业设计、版权、商业秘密、掩模图纸或商标的索赔，乙方应当自行与相关方协商解决并承担所发生的一切相关费用，负责承担甲方在索赔项下有可能产生的全部赔偿责任。

11.2对于第11.1条涉及的侵权索赔，乙方将承担全部费用，包括诉讼费、仲裁费、甲方支付的律师费、差旅住宿费、公证费、鉴定费、调解费及仲裁裁决、法院判决或调解协议中由甲方承担的赔偿金。

11.3如果所开发的产品可能引起索赔，乙方经甲方书面同意，并由甲方选择，采取下列补救措施：修改所开发的产品、取得任何必需的许可或更换所开发的产品。如果甲方认为上述任何方法不能实行有效补救，乙方应退还甲方已支付的全部款项并赔偿由此给甲方造成的全部损失。

11.4乙方对由以下非乙方的过错引起的侵权索赔不承担责任：

11.4.1 甲方使用不当所造成的侵权。

11.4.2 因甲方或第三方对开发软件或资料进行修改所直接造成的侵权。

**第十二条 保密**

12.1乙方须对本合同项下的所有条款保密。乙方人员入场前须与甲方签订相应诚信安全承诺书。

12.2乙方应对本合同所述的客户信息、技术资料、业务流程、源代码、数据等重要信息采取保密措施，未经甲方的书面同意，乙方不得在合同允许范围外使用、披露、存放于第三方托管平台、向无关人员或第三方透露，也不能就有关合同内容的任何部分进行新闻的发布、公开的宣称、否认或承认。

12.3 乙方不得以甲方名义开展活动，不得将甲方数据、信息以任何形式转移、挪用或谋取合同约定以外的利益。

12.4乙方知道违反本条规定将给甲方客户权利以及甲方造成难以弥补的损失，为此同意承担由此产生的经济上和法律上的责任和损失。

12.5乙方承认本合同中的技术资料和技术秘密为甲方所专有，将其对乙方进行披露并不意味着任何所有权、专利权的转让。

12.6在本合同项目的研究开发结束并通过验收后，乙方应向甲方提供本合同项目的研究成果，包括技术规范、测试文件和质量标准等相关的技术资料，或者计算机软件、文档及源代码等。乙方应归还甲方提供的所有技术资料或文件等，并承诺不保留任何复印件。

12.7乙方在下列情况下没有为任何信息保守秘密的义务，即当乙方已事先知道它无需为其保守秘密时；当该信息已为公众所知且不是由乙方未经授权而提供时；或者当乙方从某第三方合法地接受该信息且没有保密限制时。

12.8除非甲方特别声明，乙方对于保密信息的保密义务为无限期保密，直至甲方宣布解密或者保密信息实际上已经公开。

12.9 本合同项下乙方人员行为视为乙方行为，乙方应承担全部责任及损失。当客户信息不安全或客户权利受到重大不利影响时，甲方有权随时终止合同。

**第十三条 价格与支付**

13.1本项目产品实施总金额（价税合计）为 元（大写： 元整）。不含税价为： 元（大写： 整）,税额为： 元（大写： 整）；不含税价格不因国家税率变化而变化，若在合同履行期间，如遇国家的税率调整，则价税合计应相应调整，以开具发票的时间为准。该金额为本合同约定项目的全部费用，除双方另有约定外，甲方无须向乙方支付其他任何费用。

13.2支付方式：

本合同实施款项采用分期付款：

13.2.1项目安装、调试并投入试运行后30个工作日内,乙方向甲方提供合法足额的增值税专用发票，甲方向乙方支付合同总额的60％，即 元（大写： 元整 ）。

13.2.2项目正式验收合格后30个工作日内, 甲方依据附件五《服务水平协议（SLA）》对乙方服务质量作出评价，评价合格后，乙方向甲方提供合法足额的增值税专用发票，甲方向乙方支付合同总价的30％，即 元（大写： 元整 ），否则按《服务水平协议（SLA）》进行相应金额扣除。

13.2.3本合同第6.1条约定的维护到期后30个工作日内，甲方依据附件五《服务水平协议（SLA）》对乙方服务质量作出评价，评价合格后，乙方向甲方提供合法足额的增值税专用发票，甲方向乙方支付合同总额的全部余款，即 元（大写： 元整 ），否则按《服务水平协议（SLA）》进行相应金额扣除（13.2.2中已扣除部分，本条不重复扣减）。

13.3发票要求：

乙方须严格按照合同内容开具税率为 **%**的增值税专用发票（若遇国家税率调整另议），乙方在甲方每次付款前30个工作日需向甲方交付合法足额发票，否则甲方有权拒绝支付任何费用且不承担逾期付款违约责任。

**第十四条 风险责任的承担**

14.1在履行本合同的过程中，确因在现有技术水平和条件下无法克服的技术困难，乙方应及时与甲方共同协商解决方案，若乙方没有及时通知甲方并采取措施导致研究开发部分或全部失败所造成的损失，风险责任由乙方承担。

14.2乙方发现可能导致实施项目失败或者部分失败的情况时，应当及时通知甲方并采取适当措施减少损失；乙方没有及时通知甲方并采取适当措施致使措施扩大的，应当就扩大的损失承担责任。

14.3若乙方由于公司经营决策重大变故、重要资源调整或是其他原因导致无法完成合同约定的开发内容，或乙方开发成果中的软件在安装、使用过程中发现由乙方原因造成的缺陷或瑕疵的，乙方应在接到甲方通知后予以解决或修复；若乙方无法解决，或者拒绝解决或修复，可由甲方委托第三方进行处理，但由此发生的费用由乙方负担；如因此给甲方造成损失的，乙方还应当赔偿甲方因此遭受的损失。

**第十五条** **违约与赔偿**

15.1因甲方原因未按本合同规定支付第一期研究开发报酬，且经乙方合理催告后，仍无正当理由并逾期支付达【30】个工作日以上的，乙方有权解除合同。

15.2因甲方原因逾期支付第二期或第三期研究开发报酬的，自逾期一个月后的第二天起，每逾期一天支付应付逾期付款金额的万分之五的违约金，违约金总额不超过应付款额的5%。

15.3乙方未按计划或不实施研究开发工作，甲方有权要求乙方实施研究开发计划并采取补救措施。如乙方逾期一个月仍未按计划或不实施研究开发工作，甲方有权解除本合同，并且乙方应在10个工作日内返还所有甲方提供的研究开发报酬，返还或销毁甲方提供的有关技术资料和文件，并承担本合同总额20%的违约金。

15.4乙方应按本合同规定的研究开发进程完成开发项目。若因乙方自身原因未按时完成开发项目，则按照附件五《服务水平协议（SLA）》扣除延期违约金。

15.5乙方未能完成甲方委托的开发项目或开发成果不符合本合同约定的要求，乙方承担本合同总额20%的违约金，并返还甲方已支付的研究开发费用。

15.6乙方将甲方支付的研发经费用于履行合同以外的目的，甲方有权制止并要求其纠正。如因此造成本合同研究开发项目停滞、延误或失败的，乙方应当承担给甲方造成的损失赔偿责任。

15.7除本条、附件五《服务水平协议（SLA）》及其他条款另有约定外，乙方违反本合同任一条款的，应向甲方支付合同总额5%的违约金并赔偿甲方产生的损失。

15.8本合同项下乙方应支付的违约金、赔偿金等，甲方均有权从应支付给乙方的款项中优先扣除，若有不足，乙方应另行筹措资金补足。

**第十六条 合同的解除和终止**

16.1如果满足以下条件，任一方在通知对方后，都可以解除本合同。

（1）一方严重违反本合同项下的义务，并且违约方在对方通知后三十天仍未纠正，非违约方向违约方发出解除合同的书面通知时。如果该违约无法在三十天内纠正，而违约方在此期限内已经开始着手，并将以努力诚恳继续纠正此违约行为，则守约方应为违约方合理地延长该时间的期限。

（2）当一方按正常程序停止经营业务、破产、处于付款拖欠、延期偿付、公司重组或倒闭状况，或全部转让利润与债权人、书面承认无力偿还到期债务、委派清算人清算其业务或财产。

16.2除本合同约定的情形外，甲方若认为乙方无法胜任本合同项下工作的，有权随时通知乙方后解除本合同。甲方除据实与乙方结算费用外，不承担其他违约责任。

16.3当本合同以任何原因终止时，乙方应将本合同项下的过程文档、资料等全部交付给甲方，配合甲方完成知识转移，保证甲方能够继续开展工作；乙方应立即停止使用并销毁包含甲方机密信息的所有物件，并证明该销毁情况；或者将这些物件归还给甲方。

**第十七条 合同变更及转让**

17.1对本合同及其附件的内容进行变更，必须经双方协商一致并签订补充协议，方能生效，本合同另有约定的除外。

17.2本合同双方在未取得对方事先书面同意的前提下，均不得将各自本合同项下的任何权利或义务转让给第三方。

**第十八条 争议解决**

本合同的解释、效力、履行及其他事项，均适用中华人民共和国法律、法规，如无法律、法规规定，适用有关行政管理部门规章。本合同履行中双方发生任何争议，应协商解决，协商不成的，任何一方均可向重庆仲裁委员会按照该会届时有效的仲裁规则申请仲裁。

**第十九条 通知与送达**

除双方另有约定，本合同项下的所有书面通知，按本合同首部载明的地址及联系方式进行，乙方地址、联系方式如有变动，应于10日内以书面形式通知甲方，甲方地址、联系方式如有变动，应采用公告、网上银行、电话银行等方式通知乙方。否则，向本合同首部载明的地址和联系方式发送有关文件，均视为送达。

发生纠纷的，本合同首部载明的地址为司法送达地址，法院、仲裁机构等有权机关依照前述地址邮寄的传票、证据、通知、裁定、判决等诉讼（仲裁）文书及执行阶段法律文书资料，无论是否签收，均视为送达，当事人承担法律责任。

**第二十条 合同生效**

本合同自下列条件全部满足之日起生效：

双方对本合同及其全部附件内容达成一致并加盖公章。

**第二十一条 不可抗力**

21.1不可抗力是指本合同生效后，发生不能预见并且对其发生和后果不能防止或避免的事件，如地震、台风、水灾、火灾、战争、传染病等，致使直接影响本合同的履行或不能按约定的条件履行。

21.2发生不可抗力的一方应立即通知对方，并在十五天内提供不可抗力的详情及将有关证明文件送交对方。

21.3发生不可抗力事件时，甲乙双方应协商以寻找一个合理的解决方法，并尽一切努力减轻不可抗力产生的后果。

21.4如不可抗力事件持续三十天时，甲乙双方应友好协商解决本合同是否继续履行或终止的问题。

**第二十二条 反商业贿赂**

乙方不得对甲方或甲方任何员工有任何商业贿赂的行为，否则经查证属实后，乙方应对甲方赔付相当于合同总额50%的赔偿金。该条在法律允许的范围内，不受任何免责或限制责任的条款制约。

**第二十三条 附件**

本合同的附件与合同正本具有同等法律效力，主合同与附件如有冲突，以主合同为准。本合同附件如下：

附件一：工作（需求）说明书

附件二：项目人员名单及人员应急退出机制

附件三：验收标准及流程

附件四：维护服务条款

附件五：服务水平协议（SLA）

附件六：服务连续性预案

**第二十四条 其他**

24.1除本合同另有约定之外，本合同约定的权利、补救和特权具有累积性，并不排除中国法令规定的任何权利、补救和特权。任何一方没有行使其权利或没有就违约方的违约行为采取任何行动，不应被视为是对其权利的放弃或对追究另一方违约责任权利的放弃。任何一方放弃针对违约方的某种权利，或放弃追究违约方的某种责任，不应视为对其他权利或追究其他责任的放弃。

24.2双方确认，已详细阅读过本合同及附件，并同意本合同及附件为甲乙双方所有约定的全部记载，替代双方在此之前或执行本合同过程中所做的任何书面或口头的交流、声明或协议。如果由于任何原因使本合同下的任何条款或内容成为无效或被依法撤销，本合同其他条款或内容的合法性、有效性和可执行性不受影响。

24.3本合同签订后，如需要就与合同执行有关的事项签订补充合同，应由双方加盖公章后，补充合同即生效。主合同与附件如有冲突，以主合同为准。

24.4本合同以中文版本为准，除非本合同明确规定或双方另有约定，为履行本合同的所有文件及信函均以中文书写。

24.5本合同一式肆份，甲方执贰份，乙方执贰份，每份具有同等法律效力。

**本合同由各方于本合同签署页所述日期正式签署，以昭信守。**

**（以下无正文）**

**（本页无正文，为编号XXXXXXXXX《XXX合同》的签署页）**

甲方：**重庆三峡银行股份有限公司** （公章）

经办人：

乙方：**XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**（公章）

经办人：

日期： 年 月 日

## 附件一：工作（需求）说明书

开展个人客户数字营销平台建设工作，持续深化大零售转型，全面提升数字化客户服务能力，从客户全生命周期运营的视角着手，围绕客户分层分群分级管理，以深入的客户洞察和价值挖掘为核心开展客户的差异化管理与营销、运营工作。本项目包含三大部分内容，一是营销能力构建，能够实现客户筛选、活动部署、触达渠道、触达时刻、触达过程、营销回检的全流程自动化，实现完整的基于用户场景的营销策略/计划的配置、执行、监督、数据反馈分析，达到客户的系统化分层经营效果；二是客户关系管理能力，包括客户（对私、对公）分配、收回、移交、认领等核心功能，支持按不同的管户关系进行业绩展示，智能分析客群结构；三是零售客户营销场景搭建，包括但不限于新客百日经营、客户全生命周期、账户全生命周期、存量潜力客群经营、长尾客户经营、流失客户挽回经营、公私联动交叉营销、消费贷交叉销售、商户贷交叉销售营销、存款交叉销售、理财交叉销售等3-5个营销场景搭建服务，协助本行梳理基础数据与相关标签口径。具体内容包括：

1.1业务需求概述

（1）首页

主要展示各部门重点工作、核心业务指标，与绩效系统数据打通，直观展示客户经理业绩情况、客户价值情况智能筛选重点维护客户清单。其中重点工作包括待办任务、日程、提醒；待办任务有商机分配、跟进、活动审批、客户审批等功能；提醒则支持展示生日提醒、到期提醒、大额转入转出、风险交易、贷款逾期等客户提醒。核心业务数据可根据不同业务条线（零售、普惠、公司）去展示相应的业务指标数据，包含不限于活动量分析、客户构成分析、总AUM、理财余额、存贷款指标及业绩战报等内容，支持自定义配置展示指标。

（2）客户中心

各业务条线（零售、普惠、公司）业务在管户权限内进行客户经营，功能主要由客户分层分群运营、客户分析和客户管户管理三大核心内容构成。系统对接数据中台标签平台，支持标签交互、标签圈群、第三方名单（文件导入、消息队列、数据文件）低代码对接的静态群组管理；支持自定义组合标签、衍生标签实现动态客户群组管理，静态、动态两种客群管理模式相互补充夯实客户分层分群精准营销。客户分析提供客户概览、群组画像等功能，提供客户/客群洞察能力，深入了解客户需求与行为偏好，满足客户细分场景经营需求；客户管户管理包括客户查询（精准、模糊）、客户360视图、对公集团客户及客户关系、公私联动-代发工资、触客操作（电话、短信、手机银行APP push等）、服务记录、分配管户记录、客户分配、认领、移交、回收等功能，以及特定名单（如黑名单、白名单、免打扰名单）管控能力。

（3）用户中心

该模块功能主要由辖内员工、商机管理、过程管理、工作分析、活动量检视等模块构成。领导层通过用户中心垂直管理各条线业务（零售、普惠、公司）员工工作；上层领导可以对下级进行商机任务分配、活动量目标设置，并通过活动量检视、辖内员工日程查看和晨夕会、过程管理（辖内员工电访、面访、短信记录查看）功能监察各个员工的工作完成情况。执行层支持查看商机、跟进商机、管理个人日程、开展任务执行、查询个人目标完成进度等操作。

（4）营销活动管理中心

活动管理中心包括营销活动管理、营销画布、营销审批功能。营销活动管理解决各个部门之间活动计划、活动类型的统一管理和协同。营销活动画布根据客户全生命周期不同阶段编排或预设一系列的标准营销流程，通过制定免打扰策略、渠道触达策略、营销达标策略、营销接触策略、营销排除策略，可实现对客的精准营销、按需营销、多波次营销。

（5）内容中心

随着强监管和IP时代到来，我们对营销内容的管控需要做到统一上架、统一审核、统一使用。通过基础素材构建出业务人员可以快速使用的模板，实现营销相关的营销模板、授权文件、合规审批文件的统一管控。总行各部门创建形成活动标准模板，分支行可以快速使用模板创建营销活动。

（6）线上活动中心

通过活动基础规则、配置奖品及中奖规则，各条线业务人员可以快速创建九宫格、大转盘等抽奖活动，并以H5小游戏形式触达客户。

（7）权益中心

营销权益管理模块以业务定义的分类展示权益列表。设置权益礼包管理，支持对权益礼包的查询、新建、详情、编辑、删除等功能。支持进行权益类型管理和权益礼包类型管理。

（8）产品管理中心

通过数字化运营手段对产品进行精细化管理，包括对产品营销信息、产品标签进行统一配置化管理，在产品运营方面支持对产品销售漏斗路径分析、产品销售数据统计以及产品的人群服务分析，支持不同产品匹配不同的人群服务。

（9）渠道管理中心

对渠道信息目录、营销渠道的触达动作等进行统一管理和维护。基于渠道运营的活动、产品和用户等运营数据对渠道运营情况进行统计和分析。

（10）事件中心

获取客户大额转入转出、理财产品到期、浏览某理财产品页面等需求事件，可对需求漏出客户进行定向精准营销，可根据不同业务条线创建特色化事件。

（11）分析中心

营销活动分析功能，支持对创建的旅程数据进行汇总可视化分析，在营销活动期间关联客户行为数据、渠道反馈以及成交数据对营销效果进行量化分析和评估。通过对营销数据的量化评估，可以优化后续的营销客群圈定、活动渠道和活动时间、活动内容设置等，助力实现营销闭环。

（12）审批中心

支持客户管户类、活动编排类、活动内容类、标签类、短信模板类等系统内的流程审批。

（13）系统管理

支持对用户管理、职位管理、角色管理、机构管理进行配置，以构建系统整体权限体系。支持根据HR系统数据智能匹配用户角色、权限，并可根据特殊条件差异化调整。

（14）其他功能

在客户信息脱敏的控制措施上，对查询页面、查询内容、异常操作监测等方面加强管控，增强可追溯能力，系统全页面水印展示，以及其他涉及客户信息保护相关的功能；提供“软电话”服务客户能力，通过脱敏手机号实现“一键外呼”、自动录音、录音回放、自动判定是否有效外呼，可提供根据营销话术进行点对点或批量AI外呼功能。提供H5移动端页面，实现各功能模块入口含：业绩展示、客户列表（数据脱敏、可一键拨号）、商机等基本功能，页面展示以保护客户信息安全，增强风险控制能力为优先，在有效开展客户经营的基础上最大程度脱敏客户信息。

1.2数据迁移需求

原客户关系管理（以下简称“CRM”）系统数据数据迁移工作，包括但不限于客户归属关系表、服务记录、分配记录、工号调整记录、营销活动创建、营销活动分析记录、工作平台处理记录、工作平台数据。

将现有数据从老CRM系统迁移至个人客户数字营销平台中，需要制定合理的迁移计划和迁移策略，保障数据的完整性、准确性、一致性和安全性。在数据迁移时，需要进行数据整合工作，将老系统的数据按照新系统的数据结构进行整合。具体如下：

（1）数据差异分析。包括数据映射关系分析、数据标准落标分析、数据库差异分析等；

（2）脚本开发。按照数据差异分析结果，将老系统的数据按照新系统的数据结构进行整合并进行数据迁移脚本开发；

（3）数据迁移。进行老CRM系统数据迁移，并完成数据一致性、准确性的验证。

1.3场景搭建需求

提供针对我行营销场景搭建方案及咨询运营服务，建立“客户旅程”式经营：以“客户全生命周期经营”为主轴，围绕客户经营周期（新客获取、新客转化、存量提升、防流防降、流失挽回）、客户人生阶段（幼少年期、青年期、成年期、老年期）、财富认知旅程等诸多周期，有针对性地制定经营动作并加以串联，全面覆盖任何一个周期下的所有经营节点（客户业务办理、客户跃迁、重要节日、买房、贷款、医疗、出行等），形成系统化的经营方案，需搭建3-5个营销场景，参考如下：

|  |  |
| --- | --- |
| **场景** | **服务说明** |
| 客户全生命周期 | 建立完善的客户全生命周期营销体系，从客户获取、激活、成长、成熟到流失挽回，实现全链条的精准营销。主要内容包括不同客户群体的定义与识别、客户全生命周期的划分、不同客户群体不同阶段的营销场景构建及策略，如潜在客群精准投放策略、新客户专属优惠策略，交叉营销策略、忠诚度培养策略、流失预警策略等。 |
| 账户全生命周期 | 制定客户账户全生命周期的营销策略，从开户、激活、使用、增长到休眠、流失及挽回，实现全程的营销与服务提升客户体验，增强客户黏性，促进银行业务的持续增长。主要内容包括客户账户全生命周期划分，各阶段营销场景构建与策略，如新客户开户策略、产品推荐策略、积分奖励策略、优惠活动策略等。 |
| 长尾客户营销 | 制定长尾客户精细化运营的营销策略，提升营销效果，包括构建基于客户的历史交易和偏好数据，为客户提供个性化的金融产品或服务推荐场景、吸引长尾客户参与并提高交易频次和金额的优惠活动场景、定期向长尾客户发送关怀信息的互动服务场景等。 |
| 流失客户挽回 | 识别流失客户、分析流失原因，并制定针对性的挽回策略，以降低客户流失率，提升客户满意度和忠诚度，服务内容包括流失客户识别与分析以及挽回营销场景构建与策略，如情感挽回场景、优惠吸引场景、价值提升场景等。 |
| 贷款产品营销 | 构建贷款营销场景，提升营销效果和客户满意度。服务内容包括目标客户群体识别与分析，营销场景构建，如储蓄与贷款交叉营销，卡业务与贷款交叉营销，线上渠道营销等 |
| 公私联动营销 | 构建有效的公私联动交叉营销场景，提升营销效果和客户满意度，主要营销场景包括企业主个人金融服务与对公业务联动、员工工资代发与个人金融业务联动、供应链金融与小微企业及个人客户联动等 |
| 代销产品营销 | 制定切实可行的代销产品交叉销售营销方案，提升代销业务的吸引力和市场竞争力。服务内容包括目标客户识别与分析以及营销场景的构建，包括代销产品与存款产品联动、代销产品与贷款产品联动、线上渠道互动营销等 |
| 存款销售 | 制定切实可行的存款销售营销方案，提升存款业务的吸引力和市场竞争力。服务内容包括目标客户识别与分析以及营销场景的构建，包括理财产品与存款产品联动、贷款客户资金回流、线上渠道互动营销等 |

特别注意，上述需求范围供参考，最终需求以双方约定内容为准。实际实施过程中，允许10%的工作量浮动。

## 附件二：项目人员名单及人员应急退出机制

一、项目人员名单

项目经理：

技术骨干：

项目组成员：

二、人员应急退出机制

在项目实施过程中，若项目经理、技术骨干、项目组成员因工作调动、辞职等原因要离开项目组，乙方应提前一个月向甲方提出申请，经甲方同意可以更换，乙方应委派本附件约定的备用项目经理、备用技术骨干替代，涉及人员变动引起的风险、责任由乙方承担，且乙方不能因此而中断对甲方的服务，并及时启用备用人员，确保项目实施的连续性，离开人员需与备用人员办理好工作交接手续。

备用项目经理：

备用技术骨干：

## 附件三：验收标准及流程

**一、验收标准**

1. 验收系统须满足试运行期内项目产品运行稳定、无遗留问题。
2. 项目知识及文档已全部完成转移。

3、 验收交付物包括：

《项目需求分析说明书》、《概要设计说明书》、《详细设计说明书》、《数据库设计说明书》、《系统安装部署手册》、《系统运行维护手册》、《用户操作手册》、《试运行报告》、《验收报告》、《数据迁移方案》、《系统测试计划》、《系统测试报告》、《性能测试报告》、《安全测试报告》

**二、验收流程**

乙方负责的部分上线三个月后，由甲方按照合同进行验收，验收通过，在验收表上签字或盖章；若验收过程中发现与合同有偏差或系统问题，则由甲方提交验收问题报告给乙方，乙方按验收问题报告进行相应改进。改进完成后，重新验收。

## 附件四：维护服务条款

（请根据项目要求及采购文件、谈判文件等进行修订）

乙方业务代表作为技术服务的第一联系人，项目经理作为该项目的技术服务第二联系人，随时接受客户的电话服务支持，并申请调配相关资源为客户提供及时服务。

1. 系统正式验收通过，上线后提供三个月免费人员现场驻场维护，维保期起始日为验收后次日，维保期结束日需延期至到期当年的6月30日或12月31日中较近日期（即维保延期最长不超过半年）提供支持和服务。
2. 维护期内，提供平台升级及优化服务。
3. 系统上线后，提供二次系统和产品的培训，时间为每次1天。在维护期内，也可以根据用户需求，随时到客户现场进行系统和产品的培训。
4. 维护期内，每季度派工程师现场巡检一次，并在巡检后提交巡检报告，针对巡检中发现的问题立即组织整改。

支持方式和手段

1. 热线电话
针对具体业务过程中产生的各种技术咨询，开设专线，提供7\*24小时的技术服务支持。
2. E-mail
客户建议、意见及技术支持同样可以通过 XXXXX公司（乙方） 提供的服务支持电子信箱获得响应，我们将做出详细、全面的服务解答，在半天内给予E-mail回复。

## 附件五：服务水平协议（SLA）

**1. 目标**

本服务水平协议（SLA）的目标是为了清晰地定义由xxxxxx公司（乙方）在本项目中为重庆三峡银行（甲方）提供的服务水平，本SLA主要：

* 明确甲方对外包乙方所提供服务水平的期望
* 规范和加强甲方对乙方所提供服务水平的控制

双方将针对本项目制定明确的职责分工表用来确定计划和管理服务水平协议的角色和职责。

**2. 协议期限**

根据双方达成的一致要求，本协议的有效期从本项目实施之日起到合同正文6.1承诺的维护期结束。

**3. 双方职责**

**3.1乙方**

除本协议第7条描述的服务水平衡量和目标外，乙方还应：

* 尽快向甲方管理层汇报发现的问题；
* 任何可能影响SLA中规定服务的服务能力的事件，乙方应尽早向甲方提供预警信息，以及可能的影响和处置措施。事件包括：
* 组织架构变更
* 技术变更
* 职能变更
* 其他可能影响对甲方服务的突发事件
* 协助甲方及时解决生产事件。当问题产生时，应尽快采取适当的措施识别并修复问题。

**3.2甲方**

* 甲方将尽快将问题汇报给乙方管理层；
* 提供任何可能影响乙方向甲方提供SLA中规定服务的服务能力的事件信息，包括：
* 组织架构变更
* 技术变更
* 职能变更

**4. 服务内容**

|  |
| --- |
| **4.1技术管理** |
| 4.1.1 | 项目执行控制 | 管理目标、沟通和范围 |
| 4.1.2 | 系统部署 | 在甲方所提供的技术环境内配置和部署系统接入所需的资源 |
| 4.1.3 | 管理系统 | 管理运行过程中的各个环节和环境（如测试、培训、维护等） |
| **4.2系统处理** |
| 4.2.1 | 备份 | 提供数据容量规划咨询，设计系统的备份策略，完成其有效性验证 |
| 4.2.2 | 恢复 | 设计系统的恢复策略，完成其有效性验证 |
| **4.3软件开发及测试** |
| 4.3.1 | 软件管理 | 负责管理和设计应用软件，配合进行软件过程开发管理 |
| 4.3.2 | 系统接口开发 | 设计和开发系统内部各模块的接口以及与外部系统进行数据交互的接口 |
| 4.3.3 | 代码开发和测试 | 编写代码并且完成开发自测与系统测试 |
| 4.3.4 | 知识转移 | 负责现场培训 |
| **4.4 支持和维护** |
| 4.4.1 | 变更管理 | 根据变更需求在甲方的技术环境内设计并且执行所有平台和应用软件变更程序 |
| 4.4.2 | 系统监控 | 提供对系统监控的支持，包括专有硬件设备（如有）、应用系统进程、日志、连接等 |
| 4.4.3 | 发布管理 | 制定测试环境发布方案，协助将具体的目标系统从测试环境移植到生产的上线方案 |
| 4.4.4 | 安全管理 | 配合甲方完成上线前的漏洞扫描、渗透测试等安全评估工作，根据甲方要求完成发现漏洞的整改工作 |
| **4.5 后续支持** |
| 4.5.1 | 版本安装、更新和升级 | 提供系统版本安装和升级支持，包括响应甲方对生产、测试、开发、培训环境的安装和升级要求；提供硬件更换服务 |
| 4.5.2 | 安全漏洞整改 | 针对系统运行过程中发现的安全漏洞，根据甲方要求完成整改工作 |
| 4.5.3 | 服务台支持 | 提供7×24小时的技术支持服务 |
| 4.5.4 | 巡检服务 | 提供系统运行状况报告 |
| 4.5.5 | 现场问题解决 | 提供重大问题现场解决，提供系统性能、容量、问题报告 |
| 4.5.6 | 响应要求 | 要求按服务水平和指标及时响应：一级响应：系统崩溃,不能使用或效能严重削弱, 系统的某个主要功能不能正常工作，对业务的正常运行造成重大影响。响应时间15分钟，2小时到达现场，4小时内排除问题或给出备份解决方案，故障排除后三天内提交分析报告；二级响应：系统的运行性能严重下降，或性能明显下降，对业务运作产生明显影响。响应时间1小时内，必要时4小时到达，8小时内排除问题；三级响应：系统的运作性能受损，但业务仍可正常运行，响应时间12小时内，必要时24小时到达，1周内排除问题；四级响应：对系统安装或配置方面需要咨询或支援，很显然对业务运作几乎无影响，或根本没有影响。响应时间24小时内，必要时48小时到达，2周内排除问题。 |

**5. 问题管理流程**

**5.1问题处理流程**

1. 甲方或乙方均可以首先提出对问题解决方案有不同意见的看法；
2. 甲方管理层和乙方管理层将决定问题是否需要提升到更高的管理层；
3. 及时召开相关的会议讨论和解决问题，问题的相关文档应提前一天发送到与会者；
4. 如有必要，甲方和乙方管理层在永久性解决方案出台之前可以先共同达成一套临时性的解决方案。乙方可以在会后与各利益相关方沟通并达成永久性的解决方案；
5. 如果问题最终仍没解决，甲方和乙方双方可以申请仲裁来达成最终的一致方案。

**5.2问题升级流程**

1. 甲方或者乙方都有可能首先提出该流程；
2. 首先提出的一方应及时通知对方问题升级流程已经启动；
3. 问题升级到的管理层应当事先定义在联络人表中；
4. 问题升级的层次在甲方和乙方之间应当保持一致，直至解决该问题。

**5.3联络表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **乙方**  | **职务** | **电话** |
|  | 项目经理 |  |
|  | 商务代表 |  |
|  | 项目总监 |  |
|  | 总经理 |  |

**6. 汇报内容及流程**

乙方应当在每星期五向甲方提交工作周报，包括项目情况跟踪及问题报告等，附带的性能报告（如有）也将递交给甲方项目经理。如发生突发事件，乙方也应第一时间向甲方项目经理报告。

**7. 服务水平和指标**

甲方将定期对乙方进行考评，乙方提供的服务必须满足以下服务水平和指标要求，否则按违约金标准收取相应金额违约金。合计金额按主合同违约责任约定限定，以人民币计算，由甲方直接扣除合同款项。乙方签订本合同即认可其派驻的项目经理被赋予项目管理的签字权，其签字内容承担相应的违约责任。

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **评价维度** | **评价指标** | **指标定义** | **评分/价标准** | **违约金标准** | **评价结果** | **评价得分** |
| 1 | 服务质量 | 交付成果质量 | 用于记录乙方所提交的项目交付成果与甲方要求的项目交付成果的契合度或交付成果质量与合同所约定要求的项目交付成果质量的满足程度 | **优秀：**5分，指乙方能够主动快速与甲方进行有效的沟通，交付成果高度契合需求，完全满足并超出合同约定的预期目标，给甲方带来显著的附加价值；**良好：**4分，指乙方能够快速响应需求，交付成果达到合同约定的预期目标，基本契合需求，满足合同约定的预期目标；**合格：**3分，指乙方能够按要求响应需求，交付成果基本满足需求，但是总体可满足合同约定的预期目标；**较差/差：**0分，指乙方未能够按要求响应需求，或交付成果与需求契合度差距较大，无法达到合同约定的预期目标。 | 交付成果每缺少一项扣除乙方金额人民币2000元；每有一项交付成果质量不合格扣除乙方金额人民币2000元。 |  |  |
| 2 | 成果交付延期情况 | 用于记录因乙方原因导致项目交付成果时间与合同规定时间之间的差距 | 实际交付成果日期与合同约定交付日期之差**【得分上限5分】****无延期：**指未出现延期，该项指标满分；**0＜延期≤3个月：**扣2分，指出现延期3个月（含）以内；**3＜延期≤6个月：**扣3分，指出现延期大于3个月且小于等于6个月；**延期6个月以上：**扣5分，指出现延期6个月以上。 | 若延期超过1个月，每延期增加一天扣除合同总金额的0.1%（注：最多扣除不超过合同总金额的10%） |  |  |
| 3 | 产品缺陷密度 | 用于记录统计周期内单位功能（案例）点发现的缺陷数量 | 产品缺陷密度=统计周期内发现的该系统有效缺陷数/统计周期内该系统功能点总数（案例数）**10分【0-5%】****5分【5%-20%】****0分【超过20%】** | 产品缺陷密度超过20%，缺陷密度每增加1%扣除合同总金额的0.1%。 |  |  |
| 4 | 缺陷解决率 | 用于记录统计周期内测试发现的缺陷中已解决缺陷的比例 | 缺陷解决率=统计周期内测试发现的有效缺陷中已解决的数量/统计周期内测试发现的有效缺陷总数量**10分【98%-100%】****5分【95%-97%】****0分【低于95%】** | 若缺陷解决率低于95%，缺陷解决率每低1%扣除合同总金额的0.1%。 |  |  |
| 5 | 协议履行 | 重大事项报告 | 用于记录乙方应对自身的财务、内控及安全管理进行持续监控，将自身因破产、兼并、关键人员流失、投入不足和管理不善等引发的财务状况恶化及内部管理混乱等情况告知甲方的评价 | **优秀：**5分，指无重大事项或当发生重大事项时，能够于24小时内告知甲方；**良好：**4分，指当发生重大事项时，能够于一周内告知甲方；**合格：**3分，指当发生重大事项时，能够于一月内告知甲方；**较差/差**：0分，指当发生重大事项时，未告知甲方。 | 评价为较差/差时，甲方根据实际情况有权终止合同，并要求乙方赔偿实际损失。 |  |  |
| 6 | 重大事件及质量缺陷 | 用于记录乙方在服务期内出现以下重大事件及质量缺陷次数：a.应用软件出现III级（含）以上的运营中断事件；b.因乙方原因（含乙方合作的第三方）导致甲方发生网络安全事件；c.应用软件出现严重缺陷和致命缺陷。 | **【得分上限10分】****0次：**指未出现重大事件及质量缺陷，该项指标满分；**1次及以上：**0分，指出现1次及以上任意一项重大事件或质量缺陷。 | 每出现一次重大事件或质量缺陷，扣除乙方合同总金额不低于5%（不低于2万元），并要求乙方赔偿实际损失。 |  |  |
| 7 | 信息安全管理 | 用于记录乙方在服务期内网络和信息安全服务的管理能力，针对发现的安全漏洞及安全缺陷（包括源代码、第三方SDK或第三方小程序、第三方软件产品及开源组件等），须按甲方要求完成整改 | 互联网或电子银行类系统：1.安全漏洞及安全缺陷整改及时率=100%2.安全漏洞及安全缺陷整改通过率=100%非互联网或电子银行类系统：1.中高危安全漏洞及安全缺陷整改及时率=100%2.中高危安全漏洞及安全缺陷整改通过率=100%**优秀：**5分，指未出现安全漏洞及安全缺陷，该项指标满分；**合格：**3分，指出现安全漏洞或安全缺陷，但整改及时率、通过率均为100%；**较差/差：**0分，指出现安全漏洞及安全缺陷，但整改及时率或通过率未达到100%。 | 若出现的安全漏洞或安全缺陷被上级或监管单位通报的，扣除乙方金额人民币不低于2万元；若评价为较差/差时，扣除乙方金额人民币不低于2万元，并要求乙方赔偿实际损失。 |  |  |
| 8 | 外包安全行为 | 用于记录乙方在服务期内出现危害甲方生产运行安全、数据安全的外包安全行为风险（包括但不限于泄露甲方内部信息、破坏测试环境数据，在生产运营系统上违反规定进行操作或在实施过程中留下信息系统后门等行为） | **【得分上限10分】****0次：**指乙方服务未出现外包安全行为风险，该项指标满分；**1次及以上：**指乙方出现1次及以上外包安全行为风险（每次扣5分，最高扣除10分）。 | 每发生一次外包安全行为风险，扣除乙方金额人民币不低于1000元，并要求乙方赔偿实际损失。 |  |  |
| 9 | 响应与解决及时性 | 用于记录乙方或服务项目对甲方的响应与解决的及时性 | **优秀：**5分，指乙方或服务项目能够迅速响应需求，主动快速与甲方进行有效的沟通，第一时间从专业角度给出解决方案并解决问题；**良好：**4分，指乙方或服务项目能够按要求响应需求，及时与甲方进行有效的沟通，快速给出处理方案并解决问题；**合格：**3分，指乙方或服务项目能够基本按要求响应需求，保持与甲方的沟通，按时解决问题；**较差/差：**0分，指乙方或服务项目未及时响应需求，或响应需求后无法及时解决问题。 | 评价为较差/差，即乙方或服务项目未及时响应需求，或响应需求后无法及时解决问题，扣除乙方金额人民币不低于1000元。 |  |  |
| 10 | 需求排期率 | 用于记录统计周期内对甲方需求进行投产计划安排的比例 | 需求排期率=已排期需求数/总需求数注：已排期需求数指统计周期内已经纳入投产计划的需求个数。总需求数指统计周期内由甲方提出到达服务商项目组的需求数。**5分【98%-100%】****3分【95%-97%】****0分【低于95%】** |  |  |  |
| 11 | 需求完成率 | 用于记录统计周期内甲方需求完成投产的比例 | 需求完成率=流程完结需求数/总需求数注：流程完结需求数指统计周期内已完成投产的需求个数；总需求数指统计周期内由甲方提出到达服务商项目组的需求个数。**5分【98%-100%】****3分【95%-97%】****0分【低于95%】** |  |  |  |
| 12 | 人员行为规范性 | 用于记录外包场地日常管理或检查过程中发现外包人员行为违规（包括但不限于办公纪律、造成办公环境物理安全隐患等）的次数 | **【得分上限10分】****0次：**指未出现外包人员行为违规，该项指标满分；**1次及以上：**指检查发现外包人员行为违规1次及以上（每人次扣5分，最高扣除10分） | 每出现一次人员行为违规，扣除乙方金额人民币不低于500元。 |  |  |
| 13 | 人员变动率 | 用于记录统计周期内乙方未经甲方同意更换外包人员数量占乙方驻场外包人员总数量的比率 | 人员变动率=乙方未经甲方同意更换外包人员数量/乙方驻场外包人员总数量**10分【0-20%】****5分【20%-40%】****0分【超过40%】** | 技术骨干或项目经理未经甲方同意变动，扣除乙方金额人民币不低于3万元；其余人员变动率超过40%，扣除不低于合同总金额的1%。 |  |  |
| 14 | 人员满意度评价 | 甲方对乙方外包人员表现的满意度评价 | **优秀：**5分，指工作效率高，态度积极主动，保质保量完成工作任务，对团队有突出贡献，日常行为能起到模范带头作用的；**良好：**4分，指工作效率较高，态度比较主动，较好完成工作任务，对团队有一定贡献，日常行为表现较好的；**合格：**3分，指工作效率一般，态度合格，能够按时完成工作任务的；**较差/差：**0分，指工作效率低下，态度懈怠散漫，不能按时完成工作任务的。 | 评价为较差/差时，甲方有权要求乙方更换人员并赔偿实际损失。 |  |  |
| 综合得分： |  |
| 综合评价：（注：请开展综合评价，不满足服务要求的，需详细阐述不满足的内容及扣除合同违约金，填写完成后删除此括号内容）评价人：  |

## 附件六：服务连续性预案

（应考虑供应链风险产生的影响）

**一、目的**

为保证甲方项目实施的及时性、连续性和稳定性，避免由于外包服务中断而引起项目中断、项目目标无法达成，故拟定本外包服务中断场景时的应急方案，作为突发外包服务中断事件时的服务恢复依据。

**二、应急组织架构及职责**

**（一）决策层**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 角色 | 姓名 | 联系方式 | 职责 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**（二）危机处理层**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 角色 | 姓名 | 联系方式 | 职责 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**（三）具体业务层**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 角色 | 姓名 | 联系方式 | 职责 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**（四）应急领导小组职责**

1.启动应急预案

对突发事件进行处置，确保业务的持续性；对项目突发事件业务影响情况进行分析和评估；收集分析项目突发事件应急处置过程中的业务信息、数据、日志；向甲方报告应急处置进展情况和事态发展情况。

2.应急事件处理

负责详细记录并分析应急事件，在项目组人员及其他资源的协助下，提出应急事件解决方案，并负责向甲方解释应急事件及方案；当解决方案通过甲方审核后，由危机处理层负责方案的实施，并在实施结束后，提交“应急事件处理报告”。

3.业务持续性计划及应急预案优化

负责每个月针对当月及以往产生的应急事件实施报告，对现有的业务持续性计划及应急预案进行评估，当发现存在风险时，需要进行相应的优化；优化后的业务持续性计划及应急预案必须提交甲方审核，并按照审核通过后的新计划进行实施。

**三、应急场景**

**（一）单个核心成员或某个角色无法提供正常服务**

1.影响程度：外包服务部分中断

2.规避措施：

1）乙方在2小时内协调重庆本地高于该成员资历水平的的员工来厂商现场进行顶替，直到合适的补充人员入场能够接替该成员的工作为止，否则按照SLA第6调更换人员的相关条款进行罚款。

2）乙方服务团队在合同有效期内，建立人才储备机制和培训机制，同时由A角和B角对项目进行支持工作。因乙方原因造成甲方损失的，乙方按照SLA进行赔偿。**（二）乙方服务团队无法提供正常服务，但乙方仍具备履约能力**

1.影响程度：外包服务完全中断

2.规避措施：

1）乙方服务团队需按时按照甲方流程及制度规范提交项目各类文档；

2）乙方服务团队需制定合理的培训计划和培训内容，加强知识转移；

3）如遇类似事件乙方提前10个工作日书面通知甲方项目经理；

4）乙方负责提前协调备用团队，并协调相应角色做好交接工作，协调方案经过甲方认可后，在10个工作日内将补充团队派驻入场，保障工作连续开展。因乙方原因造成甲方损失的，乙方在双方协商后做出赔偿。

**（三）乙方服务团队无法提供正常服务且乙方不具备恢复服务能力或意愿**

1.影响程度：外包服务完全中断

2.规避措施：

1）如遇类似事件乙方提前15个工作日书面通知甲方项目经理；

2）乙方保证提前沟通协调人力资源，于10个工作日内提交所有阶段性项目文档，并完成甲方认可的所有工作交接和知识转移，包括不限于对替代供应商进行培训；

3）允许推荐项目成员到与甲方合作良好的其他供应商任职或由甲方直接聘用。因乙方原因造成甲方损失的，乙方在双方协商后做出赔偿。

**（四）乙方因资质变更、被收购、兼并或破产等原因致使其无法继续提供服务**

1.影响程度：外包服务完全中断

2.规避措施：

1）如遇类似事件乙方提前20个工作日通知甲方项目经理；

2）根据开发合同约定提前与甲方进行沟通协商，做好代码、文档、服务等交接工作，减少对甲方的影响；

3）乙方保证提前沟通协调人力资源，于15个工作日内提交所有阶段性项目文档，并完成甲方认可的所有工作交接和知识转移，包括不限于对替代供应商进行培训。因乙方原因造成甲方损失的，乙方在双方协商后做出赔偿；

4）允许推荐项目成员到与甲方合作良好的其他供应商任职或由甲方直接聘用。

**（五）乙方因不可抗力导致其主动退出（国家相关法律法规调整、遭受大规模自然灾害等）**

1.影响程度：外包服务完全中断

2.规避措施：

1）如遇类似事件乙方应立即通知甲方项目经理。

2）乙方与甲方及时进行协商，得出一致性解决方案，于15个工作日内提交所有阶段性项目文档，并完成甲方认可的所有工作交接和知识转移，降低突发事件的影响；

3）允许推荐项目成员到与甲方合作良好的其他供应商任职或由甲方直接聘用。因乙方原因造成甲方损失的，乙方在双方协商后做出赔偿。

**四、应急处理阶段**

**（一）项目实施过程中应急服务**

乙方应急小组进行突发事件业务影响情况的分析和评估，应急领导小组根据事态发展情况提出应急事件处理方案，并进行应急任务的分配和人员及应急资源的调度工作，保证在最短时间内完成项目现场的应急行动，并向甲方及时反馈后续事件的处理。

在应急事件处理完毕后，由乙方应急小组对事件发生原因、性质、影响、后果、责任及应急处置能力、恢复重建等问题进行全面调查评估，总结经验教训，完善应急处理预案，整改项目服务过程中存在的隐患问题。

**（二）系统上线后应急服务**

甲方可以通过拨打乙方服务团队技术支持热线电话或发送邮件的方式，向乙方专业技术人员咨询应用系统的有关问题、报告故障信息、获得排除系统运行故障的方法或指导。乙方开发人员及联系方式如下：

姓名: 手机号码： 邮箱：

姓名: 手机号码： 邮箱：

# 第六章 参选文件格式

**重庆三峡银行**

**个人客户数字营销平台项目**

**参 选 文 件**

参选人： （盖单位公章）

法定代表人/委托代理人： （签字或盖章）

年 月 日

**目 录**

一、参选函

二、报价一览表

三、资格性文件

（一）参选人基本情况介绍，资质证明等

（二）法定代表人身份证明及授权委托书

（三）书面声明

（四）中国执行信息公开网截图

（五）项目案例和业绩证明文件复印件

（六）第三方软件产品的原厂商授权书或确认函（如有）

（七）其他（如有）

四、响应性文件

（一）响应承诺函

（二）近半年公司为项目组成员缴纳社保的证明材料

1. 项目组驻场开发人员名单及简历信息

（四）售后服务方案

（五）服务连续性预案

（六）项目实施方案

（七）其他（如有）

五、参选保证金

六、服务水平协议（SLA）

七、其他（如有）

一、参选函

重庆三峡银行股份有限公司：

我方收到\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_比选文件，经详细研究，决定参加该比选项目的参选。

1、愿意按照比选文件中的一切要求，以人民币小写： ，人民币大写： 的参选总价（含税）；人民币小写： ，人民币大写： 的参选总价（不含税）承担和完成本项目。免费维保期：\_\_ \_\_\_；免费维保期后的维保费率：\_\_ \_\_\_。

2、我方现提交的参选文件为：参选文件正本一份，副本一份，电子文件一份。

3、如果我方参选文件被接受，我方将履行比选文件中规定的各项要求，按相关法律法规和合同约定条款承担我方的责任。

4、我方愿意提供比选文件中要求的所有资料，并对其真实性负责。

5、我方理解最低价格不是中选的唯一条件。

6、参选有效期为参选截止日期后90天内。

7、若我方中选，我方开具税率为\_\_\_\_\_\_%的增值税专用发票。

参选人（公章）：

地址：

电话： 传真：

网址：

年 月 日

二、报价一览表

|  |  |
| --- | --- |
| 参选人全称 |  |
| 比选项目名称 |  |
| 参选总价（含税） | 小写（人民币）： 大写（人民币）：  |
| 参选总价（不含税） | 小写（人民币）： 大写（人民币）：  |
| 产品报价小写（税率：13%） | 含税价： | 不含税价： |
| 定制开发报价小写（税率：6%） | 含税价： | 不含税价： |
| 维护期 |  |
| 维护期后的维保费率 |  |
| 开具发票类型 | 增值税专用发票 |
| 备注： |

注：上述税率为推荐税率，因国家政策产生的特殊情况除外，若有税收优惠请附相关凭证。若遇国家税率调整，则保持不含税价不变，重新计算含税价格。

参选人： 法人授权代表：

（公章） （签字或盖章）

 年 月 日

有关说明：

报价一览表在开标大会上当众宣读，务必填写清楚，准确无误。表格可扩展。本次报价包含上述维护期，比选人不再另行支付该维护期内维护费用。

三、资格性文件

（一）参选人基本情况介绍，资质证明等

|  |  |
| --- | --- |
| 参选人名称 |  |
| 注册地址 |  | 邮政编码 |  |
| 联系方式 | 联系人 |  | 电话 |  |
| 传真 |  | 网址 |  |
| 组织结构 |  |
| 法定代表人/分支机构负责人 | 姓名 |  | 技术职称 |  | 电话 |  |
| 技术负责人 | 姓名 |  | 技术职称 |  | 电话 |  |
| 成立时间 |  | 员工总人数： |
| 企业资质等级 |  | 其中 | 项目经理 |  |
| 营业执照号 |  | 高级职称人员 |  |
| 注册资金 |  | 中级职称人员 |  |
| 开户银行 |  | 初级职称人员 |  |
| 账号 |  | 技工 |  |
| 经营范围 |  |
| 备注 |  |

注：附营业执照（副本）、总公司授权委托书、资质证明复印件等。

（二）法定代表人身份证明及授权委托书

法定代表人身份证明书

项目名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

致： 重庆三峡银行股份有限公司 ：

 （参选人法定代表人）在 （参选人名称）任 （职务名称）职务，是（参选人名称） 的法定代表人。

特此证明。

参选人：

（参选人公章）

 年 月 日

（附：法定代表人身份证正反面复印件）

法定代表人授权委托书

项目名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

致：重庆三峡银行股份有限公司：

（参选人法定代表人名称）是（参选人名称）的法定代表人，特授权（被授权人姓名及身份证代码）代表我单位全权办理上述项目的参选、谈判、签约等具体工作，并签署全部有关文件、协议及合同。

我单位对被授权人的签字负全部责任。

在撤消授权的书面通知以前，本授权书一直有效。被授权人在授权书有效期内签署的所有文件不因授权的撤消而失效。

|  |  |
| --- | --- |
| 被授权人 | 参选人法定代表人名称： |
| （签字或盖章） | （签字或盖章） |

（附：被授权人身份证正反面复印件）

（参选人公章）

 年 月 日

注：1.若为法定代表人办理并签署参选文件的，不提供此文件。

（三）书面声明

项目名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

致：重庆三峡银行股份有限公司：

（参选人名称）郑重声明，我公司具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度，具有履行合同所必需的设备和专业技术能力，有依法缴纳税收和社会保障金的良好记录，在合同签订前后随时愿意提供相关证明材料；我公司还同时声明参加本项目比选活动前三年内无重大违法活动记录且近三年财务状况稳定，符合法律法规规定的参选人资格条件；我公司本次如若中选，中选后不会对项目进行转包。我方对以上声明负全部法律责任。

特此声明。

（参选人公章）

年 月 日

（四）中国执行信息公开网截图

（法人及法定代表人中国执行信息公开网截图）

1.法人中国执行信息公开网截图

2.法定代表人中国执行信息公开网截图

（五）项目案例和业绩证明文件复印件

（每份案例应提供项目简介）

（六）第三方软件产品的原厂商授权书或确认函（如有）

（七）其他（如有）

四、响应性文件

（一）响应承诺函

项目名称：

致：重庆三峡银行股份有限公司：

我公司郑重承诺，完全满足第三章“项目要求”所有内容。

我公司中选后，未征得比选人书面同意的情况下不得更换项目成员。

特此承诺。

（参选人公章）

年 月 日

（二）近半年公司为项目组成员缴纳社保的证明材料

（三）项目组驻场开发人员名单及简历信息

（格式自拟）

（四）售后服务方案

（五）服务连续性预案

（六）项目实施方案

（七）其他（如有）

**五、参选保证金**

注：附参选保证金交款凭据复印件

六、服务水平协议（SLA）

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **评价维度** | **评价指标** | **指标定义** | **评分/价标准** | **违约金标准** | **评价结果** | **评价得分** |
| 1 | 服务质量 | 交付成果质量 | 用于记录乙方所提交的项目交付成果与甲方要求的项目交付成果的契合度或交付成果质量与合同所约定要求的项目交付成果质量的满足程度 | **优秀：**5分，指乙方能够主动快速与甲方进行有效的沟通，交付成果高度契合需求，完全满足并超出合同约定的预期目标，给甲方带来显著的附加价值；**良好：**4分，指乙方能够快速响应需求，交付成果达到合同约定的预期目标，基本契合需求，满足合同约定的预期目标；**合格：**3分，指乙方能够按要求响应需求，交付成果基本满足需求，但是总体可满足合同约定的预期目标；**较差/差：**0分，指乙方未能够按要求响应需求，或交付成果与需求契合度差距较大，无法达到合同约定的预期目标。 | 交付成果每缺少一项扣除乙方金额人民币2000元；每有一项交付成果质量不合格扣除乙方金额人民币2000元。 |  |  |
| 2 | 成果交付延期情况 | 用于记录因乙方原因导致项目交付成果时间与合同规定时间之间的差距 | 实际交付成果日期与合同约定交付日期之差**【得分上限5分】****无延期：**指未出现延期，该项指标满分；**0＜延期≤3个月：**扣2分，指出现延期3个月（含）以内；**3＜延期≤6个月：**扣3分，指出现延期大于3个月且小于等于6个月；**延期6个月以上：**扣5分，指出现延期6个月以上。 | 若延期超过1个月，每延期增加一天扣除合同总金额的0.1%（注：最多扣除不超过合同总金额的10%） |  |  |
| 3 | 产品缺陷密度 | 用于记录统计周期内单位功能（案例）点发现的缺陷数量 | 产品缺陷密度=统计周期内发现的该系统有效缺陷数/统计周期内该系统功能点总数（案例数）**10分【0-5%】****5分【5%-20%】****0分【超过20%】** | 产品缺陷密度超过20%，缺陷密度每增加1%扣除合同总金额的0.1%。 |  |  |
| 4 | 缺陷解决率 | 用于记录统计周期内测试发现的缺陷中已解决缺陷的比例 | 缺陷解决率=统计周期内测试发现的有效缺陷中已解决的数量/统计周期内测试发现的有效缺陷总数量**10分【98%-100%】****5分【95%-97%】****0分【低于95%】** | 若缺陷解决率低于95%，缺陷解决率每低1%扣除合同总金额的0.1%。 |  |  |
| 5 | 协议履行 | 重大事项报告 | 用于记录乙方应对自身的财务、内控及安全管理进行持续监控，将自身因破产、兼并、关键人员流失、投入不足和管理不善等引发的财务状况恶化及内部管理混乱等情况告知甲方的评价 | **优秀：**5分，指无重大事项或当发生重大事项时，能够于24小时内告知甲方；**良好：**4分，指当发生重大事项时，能够于一周内告知甲方；**合格：**3分，指当发生重大事项时，能够于一月内告知甲方；**较差/差**：0分，指当发生重大事项时，未告知甲方。 | 评价为较差/差时，甲方根据实际情况有权终止合同，并要求乙方赔偿实际损失。 |  |  |
| 6 | 重大事件及质量缺陷 | 用于记录乙方在服务期内出现以下重大事件及质量缺陷次数：a.应用软件出现III级（含）以上的运营中断事件；b.因乙方原因（含乙方合作的第三方）导致甲方发生网络安全事件；c.应用软件出现严重缺陷和致命缺陷。 | **【得分上限10分】****0次：**指未出现重大事件及质量缺陷，该项指标满分；**1次及以上：**0分，指出现1次及以上任意一项重大事件或质量缺陷。 | 每出现一次重大事件或质量缺陷，扣除乙方合同总金额不低于5%（不低于2万元），并要求乙方赔偿实际损失。 |  |  |
| 7 | 信息安全管理 | 用于记录乙方在服务期内网络和信息安全服务的管理能力，针对发现的安全漏洞及安全缺陷（包括源代码、第三方SDK或第三方小程序、第三方软件产品及开源组件等），须按甲方要求完成整改 | 互联网或电子银行类系统：1.安全漏洞及安全缺陷整改及时率=100%2.安全漏洞及安全缺陷整改通过率=100%非互联网或电子银行类系统：1.中高危安全漏洞及安全缺陷整改及时率=100%2.中高危安全漏洞及安全缺陷整改通过率=100%**优秀：**5分，指未出现安全漏洞及安全缺陷，该项指标满分；**合格：**3分，指出现安全漏洞或安全缺陷，但整改及时率、通过率均为100%；**较差/差：**0分，指出现安全漏洞及安全缺陷，但整改及时率或通过率未达到100%。 | 若出现的安全漏洞或安全缺陷被上级或监管单位通报的，扣除乙方金额人民币不低于2万元；若评价为较差/差时，扣除乙方金额人民币不低于2万元，并要求乙方赔偿实际损失。 |  |  |
| 8 | 外包安全行为 | 用于记录乙方在服务期内出现危害甲方生产运行安全、数据安全的外包安全行为风险（包括但不限于泄露甲方内部信息、破坏测试环境数据，在生产运营系统上违反规定进行操作或在实施过程中留下信息系统后门等行为） | **【得分上限10分】****0次：**指乙方服务未出现外包安全行为风险，该项指标满分；**1次及以上：**指乙方出现1次及以上外包安全行为风险（每次扣5分，最高扣除10分）。 | 每发生一次外包安全行为风险，扣除乙方金额人民币不低于1000元，并要求乙方赔偿实际损失。 |  |  |
| 9 | 响应与解决及时性 | 用于记录乙方或服务项目对甲方的响应与解决的及时性 | **优秀：**5分，指乙方或服务项目能够迅速响应需求，主动快速与甲方进行有效的沟通，第一时间从专业角度给出解决方案并解决问题；**良好：**4分，指乙方或服务项目能够按要求响应需求，及时与甲方进行有效的沟通，快速给出处理方案并解决问题；**合格：**3分，指乙方或服务项目能够基本按要求响应需求，保持与甲方的沟通，按时解决问题；**较差/差：**0分，指乙方或服务项目未及时响应需求，或响应需求后无法及时解决问题。 | 评价为较差/差，即乙方或服务项目未及时响应需求，或响应需求后无法及时解决问题，扣除乙方金额人民币不低于1000元。 |  |  |
| 10 | 需求排期率 | 用于记录统计周期内对甲方需求进行投产计划安排的比例 | 需求排期率=已排期需求数/总需求数注：已排期需求数指统计周期内已经纳入投产计划的需求个数。总需求数指统计周期内由甲方提出到达服务商项目组的需求数。**5分【98%-100%】****3分【95%-97%】****0分【低于95%】** |  |  |  |
| 11 | 需求完成率 | 用于记录统计周期内甲方需求完成投产的比例 | 需求完成率=流程完结需求数/总需求数注：流程完结需求数指统计周期内已完成投产的需求个数；总需求数指统计周期内由甲方提出到达服务商项目组的需求个数。**5分【98%-100%】****3分【95%-97%】****0分【低于95%】** |  |  |  |
| 12 | 人员行为规范性 | 用于记录外包场地日常管理或检查过程中发现外包人员行为违规（包括但不限于办公纪律、造成办公环境物理安全隐患等）的次数 | **【得分上限10分】****0次：**指未出现外包人员行为违规，该项指标满分；**1次及以上：**指检查发现外包人员行为违规1次及以上（每人次扣5分，最高扣除10分） | 每出现一次人员行为违规，扣除乙方金额人民币不低于500元。 |  |  |
| 13 | 人员变动率 | 用于记录统计周期内乙方未经甲方同意更换外包人员数量占乙方驻场外包人员总数量的比率 | 人员变动率=乙方未经甲方同意更换外包人员数量/乙方驻场外包人员总数量**10分【0-20%】****5分【20%-40%】****0分【超过40%】** | 技术骨干或项目经理未经甲方同意变动，扣除乙方金额人民币不低于3万元；其余人员变动率超过40%，扣除不低于合同总金额的1%。 |  |  |
| 14 | 人员满意度评价 | 甲方对乙方外包人员表现的满意度评价 | **优秀：**5分，指工作效率高，态度积极主动，保质保量完成工作任务，对团队有突出贡献，日常行为能起到模范带头作用的；**良好：**4分，指工作效率较高，态度比较主动，较好完成工作任务，对团队有一定贡献，日常行为表现较好的；**合格：**3分，指工作效率一般，态度合格，能够按时完成工作任务的；**较差/差：**0分，指工作效率低下，态度懈怠散漫，不能按时完成工作任务的。 | 较差/差时，甲方有权要求乙方更换人员并赔偿实际损失。 |  |  |

七、其他（如有）