附件1

数字化客户经营平台技术和服务要求

目 录

[一、项目情况 - 1 -](#_Toc8880)

[（一）项目概况 - 1 -](#_Toc267)

[（二）项目目标 - 1 -](#_Toc13855)

[（三）项目范围 - 1 -](#_Toc31336)

[二、功能需求 - 1 -](#_Toc18228)

[（一）总体架构与业务流程 - 2 -](#_Toc1869)

[（二）PC端业务需求概述 - 3 -](#_Toc14649)

[（三）业务报表 - 18 -](#_Toc23486)

[（四）相关系统改造情况 - 22 -](#_Toc24190)

[（五）其他要求 - 22 -](#_Toc7619)

[三、非功能需求 - 22 -](#_Toc13849)

[（一） IT架构要求 - 22 -](#_Toc9367)

[（二） 应用架构要求 - 23 -](#_Toc17615)

[（三） 硬件部署要求 - 23 -](#_Toc10878)

[（四） 性能要求 - 23 -](#_Toc18977)

[（五） 系统灵活性及扩展性要求 - 23 -](#_Toc19990)

[（六） 系统稳定性要求 - 23 -](#_Toc23243)

[（七） 安全性 - 23 -](#_Toc26462)

[（八） 备份与恢复 - 24 -](#_Toc29757)

[（九） 数据要求 - 24 -](#_Toc5579)

[四、项目实施要求 - 24 -](#_Toc30929)

[（一） 总体要求 - 24 -](#_Toc22558)

[（二） 需求分析 - 24 -](#_Toc17105)

[（三） 系统设计 - 24 -](#_Toc17370)

[（四） 开发与测试 - 24 -](#_Toc11400)

[（五） 系统使用培训 - 25 -](#_Toc24976)

[（六） 试运行 - 25 -](#_Toc7663)

[（七） 正式投产 - 25 -](#_Toc7257)

[五、项目管理要求 - 25 -](#_Toc29882)

[（一）中标方项目组织架构 - 25 -](#_Toc26154)

[（二）质量管理 - 27 -](#_Toc462)

[（三）进度管理 - 27 -](#_Toc32761)

[（四）工作规范要求 - 27 -](#_Toc28518)

[（五）风险控制要求 - 27 -](#_Toc3010)

[（六）项目交付 - 28 -](#_Toc15735)

[（七）交付清单 - 28 -](#_Toc32745)

[（八）项目验收 - 29 -](#_Toc11792)

[六、项目培训 - 30 -](#_Toc3734)

[（一）培训方式 - 30 -](#_Toc2498)

[（二）培训要求 - 30 -](#_Toc26871)

[七、维保服务 - 31 -](#_Toc9308)

[（一）定义 - 31 -](#_Toc17807)

[（二）维保服务范围 - 32 -](#_Toc3201)

[（三）维保服务要求 - 32 -](#_Toc2553)

[（四）维保服务考核 - 36 -](#_Toc25819)

[（五）其他服务 - 37 -](#_Toc15303)

一、项目情况

（一）项目概况

近年来，银行业数字化和精细化已成为银行不可避免的经营趋势。监管政策也推动银行数字化转型，如银保监会《关于银行业保险业数字化转型的指导意见》和人民银行《关于深化金融科技应用推进金融数字化转型提升工程的通知》等文件，提出加强个人服务数字化、构建数字化运营服务体系、加强数据应用能力和科技支撑等要求。

根据贵州农信“十四五”战略规划中“6255”战略实施路径及项目建设清单要求，贵州农信将建设数字化客户经营平台（以下称DCMS），推动贵州农信精准经营六类客群，提升客户经营能力，强化数据分析与服务支撑保障，实现贵州农信由“经营业务”向“经营客户”转型。

（二）项目目标

围绕“一深三拓两稳”客户经营目标，通过搭建DCMS，对客户进行分层分类及精准画像，实现“看清客户”，助力精准营销。

（三）项目范围

本项目范围为按阶段完成数字化客户经营平台落地实施，包括需求分析、开发、测试、上线实施、运行维护等。平台功能主要分为PC端和APP端，主要包括如下功能:

PC端包括：客户管理中心、业绩管理中心、营销管理中心、产品知识库、工作台、平台管理功能，业绩管理中心只实现经营业绩数据的分析、绩效计价数据展示等功能。

平台APP端将 PC 端的核心功能在移动端展示，总体与 PC 端规则保持一致。包括：首页、营销、客户、业绩及我的。

APP端开发需遵循招标方原型图及UI设计图相关需求标准，风格统一、菜单布局合理、人机交互良好、操作简便、用户体验良好。根据招标方客户经理相关APP情况开发，如采用HTML5页面技术等。

二、功能需求

（一）总体架构与业务流程

数字化客户经营平台分为PC端和APP端，APP端主要提供给客户经理和支行行长使用，主要实现部分PC端内容展示。

（1）客户数字化经营平台PC端

数字化客户经营平台PC端包括：客户管理中心、业绩管理中心、营销管理中心、产品知识库、工作台、平台管理功能，业绩管理中心只实现经营业绩数据的分析、绩效计价数据展示等功能。

1.客户管理中心:实现客户价值洞察、客户分层分类管理、客户走访维护、潜在客户挖掘等应用场景下的系统功能支持。包括：营销过滤管理、潜在客户（群）管理、客群管理、批量名单管理、网格管理、客户标签查询、客户分层管理、客户分类管理、客户搜索、客户画像、客户关系维护、客户走访维护功能。客户经营平台输出机构与网格、客户与网格、客户经理与网格对应关系数据至客户集市，由客户集市将数据同步给绩效管理系统；

2.营销管理中心：实现对业务规划中的线下营销宣传投放、精准营销名单下发与任务跟踪管理、事件营销与数据挖掘营销场景的系统功能支持，包括：营销方案管理、营销商机管理、营销活动管理功能；

3.业绩管理中心：展示业绩概览指标、绩效计价数据、经营进度分析数据，包括经营分析看板等；

4.产品知识库：实现产品对营销决策与营销执行过程的支持，包括：产品信息查看、产品维护功能；

5.平台管理：实现非业务职能的平台公共管理功能，包括：机构管理、用户管理、角色管理、指标管理、审核流程管理、功能菜单管理、日志管理、参数管理功能、用户意见反馈。

（2）客户数字化经营平台APP端

客户数字化经营平台APP端将 PC 端的核心功能在移动端展示，总体与 PC 端规则保持一致。包括：首页、营销、客户、业绩及我的：

首页：根据不同岗位角色权限，展示不同的首页信息，包括：日程管理、提醒管理、审批管理、营销工单、金融工具、工作报告功能、角色切换、待办事项。

客户：根据不同岗位角色权限，展示不同的主页面信息，主要展示客户模块的统计数据以及快捷入口，包括：客群管理、客户搜索、潜在客户管理、客户画像、网格概览功能。

营销：主要是查看营销名单执行情况（监控指标的变动情况、客户经理的反馈情况、客户接触情况）、客户反馈情况、营销业绩指标的达成情况，包括：营销方案监控、商机管理、产品知识库功能。

业绩：查看经营指标及变化趋势、各网点指标数据占比、大零售信贷业务实时监测、关注重点指标、查看网点或员工的业绩任务完成进度展示；网点或员工的业绩考核指标及得分明细展示；网点或员工的业绩评分排名与对比等信息。客户经理可查看业绩完成进度及绩效信息。包括：经营分析看板。

我的：用户信息及角色切换。

APP端开发需遵循招标方原型图及UI设计图相关需求标准，风格统一、菜单布局合理、人机交互良好、操作简便、用户体验良好。根据招标方客户经理相关APP情况开发，如采用HTML5页面技术等。

（二）PC端业务需求概述

* 1. 客户数字化经营平台需求
     1. 工作台
        1. 首页
           + 省联社管理人员首页

首页主要展示不同模块的统计数据以及快捷入口，展示内容分别为：经营KPI分析、业绩&绩效看板等。

* + - * + 总行业务管理人员首页

首页主要展示不同模块的统计数据以及快捷入口，展示内容分别为：我的工作、快捷入口等。

* + - * + 支行负责人首页

首页主要展示不同模块的统计数据以及快捷入口，展示内容分别为：我的工作、快捷入口等。

* + - * + 客户经理层首页

首页主要展示不同模块的统计数据以及快捷入口，展示内容分别为：我的工作、快捷入口、绩效龙虎榜等。

* + - 1. 提醒管理

提供单笔大额动账转出提醒、单笔大额动账转入提醒、定期存款到期提醒等。

* + - 1. 任务管理

提供我的待办营销任务、待审批任务、全部营销任务、全部审批任务的查询、执行、审批等功能。

* + - 1. 日程管理

提供日程任务新增、查询、修改、删除、结束、提醒功能，支持用户自定义日程及日程提醒。

* + - 1. 工作报告

用于生成工作报告设置和查询工作报告，按周期（周、月）设置客户走访情况、营销记录、业绩概览等通知报告统计指标和查看已生成报告详情。

* + - 1. 公告管理

用于发布系统公告，如系统维护通知、更新版本通知等，并对系统公告进行维护、查看、新增、修改、删除操作。

* + - 1. 金融工具

提供计算存款利息和贷款利息的金融计算器，辅助用户便捷地计算利息。

* + - 1. 我的信息

提供查看登录用户基本信息和用户角色信息。

* + 1. 客户管理中心
       1. 营销过滤管理

营销过滤管理用于特殊客户名单管理。

* + - 1. 网格管理

提供各行社的网格划分、归属、维护查看等功能，提供网格画像，省联社可查看所有行社的网格划分情况。

* + - 1. 客户搜索
         * 客户搜索

用于提供简单搜索、高级搜索、自定义搜索功能，用户可根据需求筛选满足特定条件的客户。

* + - * + 全行客户搜索

用于提供全行客户搜索功能，用户在全行客户范围内可根据需求筛选满足特定条件的客户。

* + - 1. 客群管理
         * 零售客群管理

此功能展示各类零售客群信息，含客群名单及客群分析，帮助各级用户从客户池中筛选出目标客户，为客户管理、客户营销提供方向。

* + - * + 公司客群管理

此功能展示各类公司客群信息，含客群名单及客群分析，帮助各级用户从客户池中筛选出目标客户，为客户管理、客户营销提供方向。

* + - 1. 客户关系管理
         * 客户分配

可将客户分配给机构或者客户经理，也可以将客户从客户经理回收到机构或重新分配指定客户经理。

* + - * + 客户移交

用户将归属于自身的客户移交给其他客户经理或机构。

* + - * + 客户归属机构调整

用于跨机构调整客户归属。

* + - * + 客户临时托管

用于客户经理将个人管理的客户临时托付给本机构的其它客户经理管理。

* + - * + 客户管理关系变更历史

查询客户管理关系历史信息。

* + - 1. 客户画像
         * 零售客户360视图

用于了解零售客户的整体情况，根据客户的特征了解客户，主要包含客户概况、基本信息、标签信息、持有产品等。

* + - * + 公司客户360视图（行内）

用于了解公司客户行内信息的整体情况，根据客户的特征了解客户，主要包含基本信息、资金信息等。

* + - * + 公司客户360视图（行外）

用于了解公司客户行外信息的整体情况，根据客户的特征了解客户，主要包含实控人及高管信息、股东信息等。

* + - 1. 客户分层管理
         * 客户分层方案管理

总行业务管理人员通过客户分层管理对客户分层方案进行维护，提交分层方案审核，审核通过后分层方案启用生效。

* + - * + 客户等级调整

支行负责人、客户经理通过客户等级调整对客户等级变更提出申请，提交等级变更审批，审批通过后客户等级变更生效。

* + - * + 客户积分配置

从积分系统获取积分相关信息，依据客户全生命周期经营方式，为客户配置相应的积分，按规则（营销时按照不同客户、不同的营销策略配置相应积分规则）发放至客户账户，推动客户经营。

* + - 1. 潜在客户管理

潜在客户为在我行未产生客户号的客户；潜客客户管理可新增、维护潜在客户。

* + - 1. 客户标签查询

与标签管理平台数据互通，查询本平台当前可用客户类标签数量，以及标签结构、标签内容、阈值设置等信息。

* + 1. 营销管理中心
       1. 营销方案管理

总行业务管理人员向各支行下达营销方案或支行负责人建立本机构的营销方案，支持跟踪营销方案指标的完成情况及对方案的检视调整等。

* + - * + 创建方案

总行业务管理人员或支行负责人对营销方案进行创建。当前基于业务规划，活动方案有精准营销、大众营销两种。

一阶段功能上线后，依据一体化经营模式，活动策划者在策划营销活动时，可以选择相应的积分配置及发放规则，可活动方案中增加各类线上渠道选择。

* + - * + 营销方案审核

总行业务审核人员对需审核的营销方案申请进行审核。

* + - * + 名单分配

对未分配营销执行人员的客户（如无管户客户），由支行负责人将无管户客户经理的营销名单分配至客户经理。

* + - * + 分解指标

对总行业务人员分配至机构但未分配指标至员工，由支行负责人可按需手工分配至客户经理。

* + - * + 营销方案执行

按营销工单任务查询条件查询营销工单信息，并对营销工单处理、反馈。

* + - * + 营销方案监控

总行业务管理人员或支行负责人查看精准营销名单执行情况、大众营销客户反馈情况、查看营销业绩指标的达成情况。

在营销方案监控中增加积分发放监控，展示当前营销方案的客户积分发放情况；

在营销方案监控的营销客户情况监控的整体方案客户转化情况中包含线上渠道接触客户，增加各个线上渠道的客户接触占比。

* + - 1. 商机管理
         * 营销商机池

商机的主要来源包括：大众营销模式下客户扫码反馈的需求，以及通过系统规则、模型等筛选出来的目标客户名单。

* + - * + 我的商机

针对存量客户系统生成的商机，以及针对管户存量客户开展大众营销所生成的商机，以及客户经理自行认领的商机进行集中展示。

* + - * + 商机统计分析

针对大众营销及系统生成商机执行情况及转化情况进行统计分析，为各级管理人员及客户经理提供评价依据。

* + - 1. 营销活动管理

提供营销画布对营销活动进行管理，所需功能如下：

* + - * + 自由画布

总行业务人员或省联社业务管理岗可通过本功能针对自定义流程活动，设计多波段或者单波段精准营销活动，支持活动策划人员设置多种策略。

* + - * + 创建模板

业务管理员可通过本功能设计画布活动模板，设计多波段或者单波段精准营销活动模板及策略，下发至行社，支持行社业务人员策划多种活动，同时支持对已有模板编辑，策划新的活动。

* + - * + 客群圈选

客群圈选提供客户群体圈选功能，包括客户探索、标签选择、客策划人员可在该节点中设置筛选条件进一步筛选符合条件的客户名单。

* + - * + 产品配置

基于客户画像、活动目标、客户经营策略等，选择本次营销活动中营销的产品，能查到产品目录，能对产品推荐方式进行配置等。

* + - * + 渠道配置

选择营销活动投放渠道并配置相关渠道营销策略。营销画布的渠道包含线上渠道及线下渠道，每个波段可包含多个渠道策略。

* + - * + 条件判定

设定判定条件，当某一条件时进入相应流程节点；同时设定营销成功判断条件，配置客户转化标准，包含行为分析及指标达标，为后续权益发放、下轮波次活动参与等场景提供支撑。

* + - * + 权益配置

营销画布当前可配置积分权益，客户在各个波段达标后所能获取的权益，如积分等，能查询权益列表和权益内容，能配置规则，如积分系统发放，若后续建设权益管理系统可接入。

* + - * + 内容管理

提供活动内容，如营销活动模板、图文模板、图片模板、短信模板、APP消息推送模板等的配置和查询功能。

* + - * + 场景库管理

提供营销活动场景的配置和查询功能。

* + - * + 营销监控

监控通过营销画布所策划的活动执行情况、转化情况及监控指标再各个波段的达成情况，为分析活动成效，开展后续活动策划提供依据。

要求：营销画布的组件完整、可用，并根据贵州农信实际打通相关渠道系统。

营销活动管理包含但不限于上述功能，要求所有功能与流程操作简便、顺畅、易配置。

招标方根据实际情况选择10个以上符合贵州农信实际经营所需的营销模型及场景，中标方负责落地实施。

* + 1. 业绩管理中心

绩效考核相关方案、任务、指标及完成情况从客户经理绩效考核系统获取数据并展示，主要包括如下内容：

* + - * + 考核方案查询

行社总行业务管理岗、业务主管及支行负责人通过此功能可对已有的考核方案按条件进行查询，总行业务管理岗通过此功能可进行方案调整及发布。

* + - * + 业绩及完成情况查询

总行业务管理岗设置完支行业绩任务后，经过总行业务主管审批后，则下发至支行，支行负责人可进一步拆解到员工。

* + - * + 历史任务及完成情况查询

通过该功能可对历史业绩任务记录维护进行查询，并追溯维护内容、维护时间、维护人等，为业绩任务管理提供系统留痕。

* + - * + 经营分析看板

管理层人员查看辖内关键业绩指标及考核业绩的结果与分析数据。客户经理可查看业绩完成进度及绩效信息。

* + 1. 产品知识库
       1. 产品查询

产品知识库首页展示产品信息，支持根据指定条件进行产品搜索查询，包括产品讯息和产品列表等功能。

* + - 1. 产品维护

行社业务管理人员对产品讯息、营销指引进行维护。

* + 1. 平台管理功能
       1. 机构管理

平台管理员通过机构查询及维护功能可以查看辖内组织架构列表、查看机构详情、新增或修改机构信息。

* + - 1. 团队查询及配置

平台管理员通过团队查询及配置功能可以编辑、查看团队详情。

* + - 1. 用户管理
         * 用户查询及维护

通过用户查询及维护功能可以查询用户信息、新增用户、修改用户信息；支持对用户登录密码进行重置。

* + - * + 用户变更历史查询

平台管理员通过用户变更历史查询对用户信息做的变更操作。

* + - 1. 角色管理

平台管理人员通过角色管理功能可以给系统用户维护角色权限、功能权限、数据权限，包括对权限的新增及修改删除等操作。

* + - 1. 菜单及功能管理
         * 菜单管理

平台管理人员通过菜单管理功能可以查看PC端及app端所有菜单，并对平台展示菜单进行维护。

* + - * + 功能管理

平台管理人员通过功能管理功能可以查看PC端及APP端所有菜单下的功能，并对功能可见性进行维护。

* + - * + 菜单使用频率查询

平台管理人员通过菜单使用频率查询功能可以查看PC端及APP端菜单使用频率。

* + - 1. 指标管理
         * 指标分类管理

总行业务管理人员依据经营考核需要，配置行社业绩指标类目进行维护。

* + - * + 指标定义管理

总行业务管理人员依据经营考核方案，配置行社指标。

* + - 1. 参数管理
         * 提醒参数设置

平台管理人员通过参数管理功能对业务参数进行维护，对消息提醒业务参数进行维护。

* + - * + 商机参数设置

平台管理人员通过参数管理功能对业务参数进行维护，对商机设置等业务参数进行维护。

* + - 1. 审核流程管理

平台管理人员通过审核流程管理功能，对菜单功能中是否需要审核环节进行设置。

* + - 1. 日志管理
         * 登录日志

平台管理人员通过日志管理功能，对平台登录及使用情况进行记录及查询，提供查看本系统各用户登录情况、菜单点击频次、停留时间等情况，并能导出报表分析系统使用情况。

* + - * + 操作日志

平台管理人员通过日志管理功能，对平台操作日志进行查询。查看本系统系统的操作情况及记录。

* + - 1. 系统意见反馈

对系统中存在的问题进行意见反馈。

* 1. 客户数字化经营平台需求（APP 端）
     1. 移动工作台——首页
        1. 首页
           + 总行业务管理人员首页

首页主要展示不同模块的统计数据以及快捷入口，展示内容分别为：客户搜索、快捷方式、公告、业绩&计价绩效看板等。

* + - * + 支行管理层首页

首页主要展示不同模块的统计数据以及快捷入口，展示内容分别为：客户搜索、快捷入口、业绩&绩效看板等。

* + - * + 客户经理层首页

首页主要展示不同模块的统计数据以及快捷入口，展示内容分别为：客户搜索、快捷入口、业绩&绩效看板等。

* + - 1. 日程管理

提供日程任务新增、查询、修改、删除、结束、提醒功能，支持用户自定义日程及日程提醒。

* + - 1. 提醒管理

提供单笔大额动账转出提醒、单笔大额动账转入提醒、资产变动提醒、定期存款到期提醒、贷款到期提醒、预约提醒等。

* + - 1. 审批管理

提供我的待审批任务、全部审批任务的查询、审批等功能。

* + - 1. 营销工单

提供我的待办营销任务、全部营销任务的查询、执行等功能。

* + - 1. 金融工具

提供计算存款利息和贷款利息的金融计算器，辅助用户便捷地计算利息。

* + - 1. 工作报告

用于查看已生成和提交的工作报告，查看按周期（周、月）客户走访情况、营销记录、业绩概览指标、自建事项等报告清单和报告详情。

* + 1. 移动工作台—客户
       1. 移动工作台——客户主页面

移动工作台——客户主页面主要展示客户模块的统计数据以及快捷入口，展示内容分别为：客户搜索、快捷方式、工作报告、客户接触、前后五大行社展示/我的十大客户展示、客户分析。

* + - 1. 客群管理
         * 零售客群管理

查看零售客群中系统客群及自定义客群的客群分析数据，也可按照网格划分查看网格客群概况，包含客群等级分布、资产分布，客群中客户数变化趋势、客群存、贷规模变动趋势等。

* + - * + 公司客群管理

查看公司客群中系统客群及自定义客群的客群分析数据，也可按照网格划分查看网格客群概况，包含客群等级分布、资产分布，客群中客户数变化趋势、客群存、贷规模变动趋势等。

* + - 1. 客户搜索

用于提供简单搜索、高级搜索、自定义搜索功能，用户可根据需求筛选满足特定条件的客户。

* + - 1. 潜在客户管理

新增、维护潜在客户。提供查询、新增、修改、删除潜在客户信息功能，提供潜在客户下次接触提醒功能。

* + - 1. 客户画像
         * 零售客户360视图

用于了解零售客户的整体情况，根据客户的特征了解客户，主要包含客户概况、基本信息、标签信息、持有产品、价值分析、客户接触、客户重要事件、营销信息、关联关系和管理信息。

客户概况

用于展示客户的个人信息概况。提供用户快速联系客户方式。

基本信息

用于展示客户的个人信息详情，包含客户信息，支持客户经理更全面地了解客户的基本情况。

标签信息

可查看客户在我行的系统标签和客户经营平台中手工标注的自定义标签，并且这些标签会展示在客户概况页面中。

持有产品

可查看客户在我行持有的产品信息，包括当前持有产品信息和历史持有产品信息。

价值分析

用于展示客户资产等级、客户资产情况。使用户能够多方面地了解客户的资产结构和趋势。支持查看资产结构、资债趋势、资金流向、综合价值变动。

客户接触

用于展示客户经理与客户的接触历史记录。使用户能够多方面地了解客户的跟进和服务情况。支持对在模块中对电话接触进行补录和再次联络客户，支持在面访接触、微信接触、短信接触进行补录。

客户重要事件

用于展示客户在我行的重要业务事件信息，包括首次开户、等级升降、业务办理等，使客户经理更全面地了解客户的情况。

营销信息

用于展示零售客户拥有的积分权益信息、营销商机信息。

关联关系

用于展示客户的关联关系，包含家庭关系、社会关系、资金往来关系、企业关联关系。

管理信息

用于展示客户在我行的管户及管户历史变更的数据，包括主办客户经理变动信息、协办客户经理变动信息，使用户能够清楚查询到客户当前及历史的被管理情况。

* + - * + 公司客户360视图（行内）

用于了解公司客户行内信息的整体情况，根据客户的特征了解客户，主要包含基本信息、资金信息、营销视图、客户接触、管理信息。

基本信息

用于展示客户的基本信息、联系信息。

资金信息

用于展示客户的价值信息、产品持有信息、存款状况、贷款信息、逾期信息、还款日历。

营销视图

用于展示精准营销、大众营销信息。

客户接触

用于展示客户接触信息。

管理信息

用于展示客户在我行的管户及管户历史变更的数据，包括主办客户经理变动信息、协办客户经理变动信息，使用户能够清楚查询到客户当前及历史的被管理情况。

* + - * + 公司客户360视图（行外）

用于了解公司客户行外信息的整体情况，根据客户的特征了解客户，主要包含实控人及高管信息、股东信息、水电费信息、风险信息、评级信息、供应链信息。

实控人与高管信息

用于展示客户的实际控制人、高管及联系人信息。

股东信息

用于展示客户的股东信息。

水电费信息

用于展示客户的水电费信息。

风险信息

用于展示与客户经营相关的风险信息。

评级信息

用于展示客户的评级相关信息。

供应链信息

用于展示与客户供应链上下游客户信息。

* + - 1. 网格概览

提供各行社的网格查看等功能，查看网格信息及网格客户情况。

* + 1. 移动工作台—营销
       1. 营销方案监控

总行业务管理人员或支行负责人查看精准营销名单执行情况（监控指标的变动情况、客户经理的反馈情况、客户接触情况）、大众营销客户反馈情况、查看营销业绩指标的达成情况。

* + - 1. 营销商机管理
         * 商机池管理

商机是指客户具备明确的产品购买意向，需要对该意向客户进行跟踪，推动客户完成产品购买的营销机会。商机的主要来源包括：大众营销模式下客户扫码反馈的需求，以及通过系统规则、模型等筛选出来的目标客户名单，客户经理可对客户进行电话、短信、微信、面访等接触方式对商机进行跟进。

* + - * + 我的商机

针对存量客户系统生成的商机、针对管户存量客户开展大众营销所生成的商机以及客户经理自行认领的商机进行集中展示。

* + - * + 商机统计分析

针对大众营销及系统生成商机执行情况及转化情况进行统计分析，为各级管理人员及客户经理提供评价依据。

* + - 1. 产品查询

展示产品信息，支持根据指定条件进行产品搜索查询。

* + 1. 移动工作台—业绩
       1. 经营分析看板

管理层人员、客户经理查看辖内、管户关键业绩指标及考核业绩的结果与分析数据。

1.经营驾驶舱：查看经营指标及变化趋势、各网点指标数据占比、大零售信贷业务实时监测、关注重点指标模块等信息；

2.业绩任务看板：查看网点或员工的业绩任务完成进度展示；网点或员工的业绩考核指标及得分明细展示；网点或员工的业绩评分排名与对比等信息。客户经理可查看业绩完成进度及计价绩效信息。

* + 1. 移动工作台—我的

登录用户查看本人基本信息、角色权限信息、上次登录时间等；支持多角色用户切换不同角色。

（三）业务报表

* 1. 公司客户样表清单
     1. 客户综合信息报表（月报）
* 公司客户资产分布情况（机构维度）——月报
* 公司客户资产分布情况（客户经理维度）——月报
* 小微企业和公司客户等级统计表（机构维度）——月报
* 小微企业和公司客户等级统计表（客户经理维度）——月报
* 政府及事业单位客户等级统计表（机构维度）——月报
* 政府及事业单位客户等级统计表（客户经理维度）——月报
* 新型农村经营主体客户等级统计表（机构维度）——月报
* 新型农村经营主体客户等级统计表（客户经理维度）——月报
* 公司客户存贷统计表（机构维度）——月报
* 公司客户存贷统计表（客户经理维度）——月报
  + 1. 贷款规模报表（月报）
* 公司贷款产品汇总情况统计表（机构维度）——月报
* 公司贷款产品汇总情况统计表（客户经理维度）
* 公司贷款产品类型统计表（机构维度）——月报
* 公司贷款产品类型统计表（客户经理维度）--月报
* 公司客户授信余度统计表（机构维度）——月报
* 公司客户授信余额统计表（客户经理维度）——月报
  + 1. 存款规模报表（月报）
* 单位存款产品汇总情况统计表（机构维度）——月报
* 单位存款产品汇总情况统计表（客户经理维度）
* 单位存款产品期限结构统计表（机构维度）——月报
* 单位存款产品期限结构统计表（客户经理维度）
  + 1. 客户接触情况报表（月报）

1. 公司客户接触情况统计表（机构维度）——月报
2. 公司客户接触情况统计表（客户经理维度）——月报
   * 1. 客户等级变动报表（月报）

* 本年小微企业和公司客户等级变动情况统计表（机构维度）——月报
* 本月小微企业和公司客户等级变动情况统计表（机构维度）——月报
* 本年小微企业和公司客户等级变动情况统计表（客户经理维度）——月报
* 本月小微企业和公司客户等级变动情况统计表（客户经理维度）——月报
* 本年政府及事业单位客户等级变动情况统计表（机构维度）——月报
* 本月政府及事业单位客户等级变动情况统计表（机构维度）——月报
* 本年政府及事业单位客户等级变动情况统计表（客户经理维度）——月报
* 本月政府及事业单位客户等级变动情况统计表（客户经理维度）——月报
* 本年新型农村经营主体客户等级变动情况统计表（机构维度）——月报
* 本月新型农村经营主体等级变动情况统计表（机构维度）——月报
* 本年新型农村经营主体客户等级变动情况统计表（客户经理维度）——月报
* 本月新型农村经营主体客户等级变动情况统计表（客户经理维度）——月报
  + 1. 营销商机及方案报表（月报）
* 客户经理商机执行情况商机统计表（机构维度）——月报
* 客户经理商机执行情况商机统计表（客户经理维度）——月报
* 客户经理商机明细统计表（客户经理维度）——月报
* 客户经理精准营销方案执行情况统计表（机构维度）——月报
* 客户经理精准营销方案执行情况统计表（客户经理维度）——月报
* 客户经理大众营销方案执行情况统计表（机构维度）——月报
* 客户经理大众营销方案执行情况统计表（客户经理维度）——月报
* 营销方案贷款产品销售情况统计表（机构维度）——月报
* 营销方案贷款产品销售情况统计表（客户经理维度）——月报
* 营销方案存款产品销售情况统计表（机构维度）——月报
* 营销方案存款产品销售情况统计表（客户经理维度）——月报
  + 1. 客户归属机构变更报表
* 存量公司客户归属机构变更报表（机构维度）—— 季报
* 存量公司客户归属机构变更报表（机构维度）—— 半年报
  + 1. 1执行客 户综合信息报表（月报）
* 零售客户资产分布情况（机构维度）——月报
* 零售客户资产分布情况（客户经理维度）——月报
* 零售客户等级统计表（机构维度）——月报
* 零售客户等级统计表（客户经理维度）——月报
* 零售客户年龄分布情况统计表（机构维度）——月报
* 零售客户年龄分布情况统计表（客户经理维度）——月报
* 零售客户存贷比统计表（机构维度）——月报
* 零售客户存贷统计表（客户经理维度）——月报
  + 1. 贷款规模报表（月报）
* 零售贷款产品汇总情况统计表（机构维度）——月报
* 零售贷款产品汇总情况统计表（客户经理维度）
* 零售贷款产品--个人类贷款统计表（机构维度）——月报
* 零售贷款产品--个人类贷款统计表（客户经理维度）——月报
* 零售贷款产品--三农类贷款统计表（机构维度）——月报
* 零售贷款产品--三农类贷款统计表（客户经理维度）——月报
  + 1. 存款规模报表（月报）
* 个人存款产品汇总情况统计表（机构维度）——月报
* 个人存款产品汇总情况统计表（客户经理维度）——月报
* 个人存款期限结构统计表（机构维度）——月报
* 个人存款期限结构统计表（客户经理维度）——月报
  + 1. 借记卡报表（月报）
* 借记卡产品统计报表（机构维度）——月报
* 借记卡产品统计报表（客户经理维度）——月报
  + 1. 客户接触情况报表（月报）
* 零售客户接触情况统计表（机构维度）——月报
* 零售客户接触情况统计表（客户经理维度）——月报
  + 1. 客户等级变动报表（月报）
* 本年零售客户等级变动情况统计表（机构维度）——月报
* 本月零售客户等级变动情况统计表（机构维度）——月报
* 本年零售客户等级变动情况统计表（客户经理维度）——月报
* 本月零售客户等级变动情况统计表（客户经理维度）——月报
  + 1. 营销商机及方案报表（月报）
* 客户经理零售客户商机执行情况统计表（机构维度）——月报
* 客户经理零售客户商机执行情况统计表（客户经理维度）——月报
* 客户经理商机明细统计表（客户经理维度）——月报
* 客户经理精准营销方案执行情况统计表（机构维度）——月报
* 客户经理精准营销方案执行情况统计表（客户经理维度）——月报
* 客户经理大众营销方案执行情况统计表（机构维度）——月报
* 客户经理大众营销方案执行情况统计表（客户经理维度）——月报
* 营销方案贷款产品销售情况统计表（机构维度）——月报
* 营销方案贷款产品销售情况统计表（客户经理维度）——月报
* 营销方案存款产品销售情况统计表（机构维度）——月报
* 营销方案存款产品销售情况统计表（客户经理维度）——月报
  + 1. 客户归属机构变更报表
* 存量零售客户归属机构变更报表（机构维度）—— 季报
* 存量零售客户归属机构变更报表（机构维度）—— 半年报

（四）相关系统改造情况

数据集市：配合招标方提出数据集市相关指标加工需求，配合数据集市实施人员开展数据指标开发与测试，完成客户行内基础信息数据加工整合，对公客户外部公开数据整合，客户业务明细数据整合，客户统计指标数据加工，客户标签数据加工，客户评价与分析数据加工，产品基础数据整合，营销应用与决策数据加工，经营业绩考核结果数据整合等，实现数字化客户经营平台与数据集市之间数据加工、整合、服务、配置等管理功能。

积分系统：接入积分系统并配合改造，制定营销活动及客户分层积分发放规则，传送到积分系统执行；

渠道接入：开发相关接口并配合改造及测试，渠道至少包括黔农云、黔农智慧乡村、柜面、统一消息推送平台等，系统上线后，各渠道系统能根据本系统规则投放所策划的营销活动及策略。

标签管理系统（待建设）：配合招标方细化标签需求，打通标签管理系统并提供查询接口，实现客户类标签的创建、启用、停用、编辑、取数等管理功能，满足DCMS与标签管理系统无缝对接，满足客户画像、客户分层分群等需要。

根据系统需求，打通大零售信贷管理系统、公司信贷管理系统、ECIF、理财业务平台、信保通等相关系统，查询所需业务数据，满足相关分析需要。

（五）其他要求

本招标需求为招标方业务需求的简化版，中标方需按照招标方业务需求、原型图及UI设计图进行开发，当中标方产品与招标方需求存在不一致的情况，除非招标方书面同意，否则以招标方业务需求为准。

三、非功能需求

1. IT架构要求

应用系统须支持招标方两地三中心架构下同系统多应用的安装部署、在线运行和同时使用，不受授权码（License）、用户数量及部署主机CPU数量等因素的限制。应用系统使用的第三方商用成品中间件（如TongWeb、宝兰德等）除外。

1. 应用架构要求

应用系统须满足招标方多级法人（省联社、审计中心、法人社/行）体系下业务管理和使用的同时，能支持招标方在其管辖范围内发起设立机构（如：村镇银行）的使用并满足应用和数据安全隔离性要求。

1. 硬件部署要求

应用系统支持主流国产操作系统、数据库、中间件等平台软件。应用系统须支持国产化 PC Server及国产化虚拟化等常用服务器硬件环境的安装部署。

1. 性能要求
2. 系统整体性能支持我社未来8-10年的业务发展要求。
3. 并发用户数是指同一时刻系统处理的请求数，系统应支持实时联机业务并发用户数不小于1200。
4. 系统资源占用率：为了保证系统能够正常、稳定运行，推荐配置的服务器在业务最高峰或批处理运行期间CPU占用率和内存使用率不应超过70%。
5. 配合我社制定性能测试计划和验收标准，以及测试方案、环境、工具和调优策略（相应的报1vdfc告文档），配合完成压力测试，确保系统能满足上述性能容量要求。
6. 系统灵活性及扩展性要求

要求系统支持主流国产化架构的硬件设备。要求系统具备松藕合特性，提供系统间标准交互接口。要求系统具备良好的可扩展性，支持面向贵州农信实际情况的二次开发及功能扩展。

1. 系统稳定性要求

系统服务进程在上述“4.性能要求”的条件下能不间断运行，系统须支持7\*24小时运行。

1. 安全性

采用有效技术手段，确保系统运行稳定，且系统信息符合我行信息安全基线要求。系统必须在整体架构、网络结构、应用系统、数据库等方面采取安全措施，提供相应安全措施方案，以确保符合安全性要求。

1. 备份与恢复
2. 支持两级或三级存储架构设计，确保数据不会因为任意单点损坏而丢失。
3. 建立系统应用及数据的定期备份机制，支持冷备和热备两种措施，对过期的备份文件设置定期清理机制，提供备份策略。
4. 建立异常恢复机制，支持应用的热备，有效防范单点故障，保障系统运行的可靠性。系统须支持基于备份文件实现系统应用及数据库的快速恢复。
5. 数据要求

系统所产生的数据须符合行方制定的数据标准，如未达到，须按照数据标准对数据结构进行调整。

四、项目实施要求

1. 总体要求

本项目的实施部分包含前期需求细化，软件的定制化开发、配置、安装、部署、联调、测试等工作。现场实施费用包含在项目整体报价之中，实施服务（含开发、测试、培训等各项现场实施服务）不另计费用。未按时、按质量提交各阶段产出物的，每发生1次，考核（即扣除）1%合同款。

1. 需求分析

中标方与招标方确认和细化系统功能需求，结合系统性能指标，中标方提出合理的商用软硬件需求建议，以便招标方组织评估或采购。

产出物：《需求规格说明书》

1. 系统设计

基于《需求规格说明书》完成系统功能设计、部署架构设计、数据库设计及其他相关内容的设计工作。

产出物：《系统软件设计说明》、《系统数据库设计说明》

1. 开发与测试

中标方实施客户化定制开发，并组织进行系统测试，必须在招标方现场组织实施系统测试，并出具测试报告，包括系统功能测试、与关联系统和设备的集成测试、性能测试，要求出具详细的测试计划、测试报告，测试计划应包含完整的测试用例、数据样本等，并对发现的系统重大缺陷进行修复及回归测试。

产出物：《系统测试计划》、《系统测试报告》可投入试运行的系统程序。

1. 系统使用培训

中标方应按招标方要求制定详细的培训计划，培训对象包括系统开发、运维人员、业务人员等，并按计划组织开展系统推广培训，培训费用包含在实施费用中，不另计费用。

1. 试运行

中标人应完成系统安装集成，包括操作系统、数据库、中间件、应用系统安装及优化，其中操作系统、数据库、中间件等第三方商用软件由招标方提供。

中标方应按招标方要求，配合组织实施系统试运行工作，修复试运行过程中出现的问题，编写《试运行报告》。

产出物：《系统安装手册》、《系统用户手册》、《系统运维手册》、《系统试运行报告》。

1. 正式投产

试运行成功后，按招标方要求完成系统投产上线工作。

五、项目管理要求

## （一）中标方项目组织架构

中标方需组建完备的项目团队负责本项目建设，团队应至少包含一名项目经理、若干名工程师，派驻现场的技术人员应具备一定的投标产品（或类似）项目实施经验，招标方有权对派驻现场的技术人员进行水平考核，对于不合格的，有权要求中标方予以更换。

项目实施过程中，中标方所有项目组成员需遵守：

1. 必须在招标方现场办公；
2. 不在现场超过1天须向招标方提出书面申请，获得同意后方可离开；
3. 人员更换须向招标方提出书面申请，获得同意后方可更换；
4. 必须遵守招标方现场工作纪律规定。

#### **中标方项目经理**

1. 中标方须指派项目经理一人，且须和投标文件的项目经理一致；
2. 项目经理须熟练掌握项目管理、信息安全和质量管理相关知识，有3年以上省级大型软件项目的管理经验；

3.项目全程项目经理必须在现场工作，负责项目管理、协调和沟通等工作；

4.项目经理对中标方已经完成的工作负有最终责任。项目经理必须使本项目在预算范围内按时优质完成；

5.项目经理应具有代表中标方全权负责本项目的商务和技术的权力。项目经理能代表中标方签收招标方出具的相关项目管理文件；

6.在项目经理工作不得力的情况下（如权力不够、技术不熟、管理不当等），招标方有权要求中标方更换项目经理。由此造成的项目进度的延误，由中标方承担责任。

7.投标方必须满足上述项目管理人事要求，其应标所报人数及资质将作为评标依据及中标后的考核依据。

#### **中标方项目团队**

1.投标人应该在对本项目具体工作内容充分理解和切合实际的项目干系人分析基础上对于项目整体人员需求提出估计和建议，并对项目组织架构提出合理化建议。投标方应标时，须提交项目组织结构图，并对项目角色和职责进行描述。

2.投标方应标时，须按以下格式提交项目组成员名单及简历。简历须包括相关工作年限、学历、相关资质证书、以往参与项目情况、在本项目承担的角色等。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** |  | | **姓名** |  |
| **相关工作年限** |  | | **毕业院校** |  |
| **专业** |  | | **学历** |  |
| **在本项目承担的角色** | |  | | |
| **相关资质证书** | |  | | |
| **以往参与项目情况** | |  | | |

3.中标方必须保证参与项目实施人员的数量应能够保证项目进度与质量；

4.招标方有对中标方参与项目人员进行面试的权力。对于不满足招标方要求的人员，招标方有权要求中标方无条件更换，且不能影响项目进度；

5.中标方必须保证人员组织的稳定性，在系统投入试运行前，中标方不得抽调项目组成员。在本项目结束前，参加本项目的人员变动必须取得招标方同意，并立即安排拟订候补人员予以补充。招标方保留拒绝中标方人员变更要求的权利。

## （二）质量管理

1.中标方须建立独立于项目设计与实施的质量保证机制，建立一套全面的项目质量管理体系；

2.中标方需要有质量保证人员来对项目的设计与实施进行审查，从而保证工作过程和项目的质量；

3.中标方须进行质量监测和关键点的质量评估；

4.为保证项目的正常运行，投标方应提供项目执行跟踪和监控的具体措施，措施应包括项目状态周报制度、每周项目例会制度、阶段总结制度等。

## （三）进度管理

项目的实施包含需求分析、系统设计、开发与测试、试运行、正式投产等阶段。中标方应根据招标方关于项目进度的要求制定详细的工作计划，按照计划执行，各阶段时间不能超过完成时限，且需提供相应的产出物，以供招标方核查。

## （四）工作规范要求

中标方在开展测试服务工作期间，须严格遵守以下工作规范要求：

1.遵守国家法律和政府的有关条例、规定和办法，以及招标方相关管理规定开展工作；

2.执行有关项目建设的法律、法规、规范、标准和制度，履行测试服务规定的义务和职责；

3.中标方在签署技术协议时，须同步签订《安全协议》及《保密承诺书》并严格履行协议和承诺书条款。不泄漏所测试系统各方认为需要保密的事项。

## （五）风险控制要求

中标方应对项目实施过程中可能遇到的风险、影响程度、发生概率进行说明，并给出风险应对计划。

## （六）项目交付

中标方必须在合同规定时间内，完成本项目的开发和实施。将招标范围内所界定的工作完成。在通过试运行验收后，中标方需将所有项目成果交付给招标方。

1.项目成果交付物必须与实际工作相对应，保证两者间的一致性。

2.严格管理交付物版本，保证招标方对于交付物各版本的可追溯性。

3.其它：应提供其它与本系统实施和运行有关的文档和资料。

## （七）交付清单

本项目交付的所有文档均应提交电子版及印刷版，另有说明的除外，交付物内容必须与实际工作情况相一致，其质量必须符合招标方的要求。

1．满足本招标文件的项目目标和相应的技术、业务要求的文档，包括但不限于：

|  |  |
| --- | --- |
| **项目阶段** | **交付物** |
| 需求分析 | 《项目主计划》、《项目进度计划》、《业务需求说明书》、《需求规格说明书》 |
| 概要设计 | 《系统软件总体设计方案》、《系统软件安全设计方案》  《系统概要设计说明书》、《数据库概要设计说明书》 |
| 详细设计 | 《系统详细设计说明书》、《系统服务及接口详细设计说明书》、《数据库详细设计说明书》 |
| 编码开发及单元测试 | 《系统源代码清单及源码》、《代码审查报告》、《单元测试计划》、《单元测试案例》、《单元测试报告》、《配置手册》、《开发手册》 |
| 集成测试 | 《集成测试计划》、《集成测试方案》、《集成测试案例》、《集成测试报告》、 |
| 系统测试（SIT） | 《系统部署手册》、《SIT测试方案》、《SIT测试案例》、《SIT测试报告》、《性能测试方案》、《性能测试报告》、《安全测试报告》 |
| 用户培训 | 《用户培训计划》、《用户培训课件》、《用户培训记录》 |
| 用户验收测试（UAT） | 《UAT测试方案》、《UAT测试案例》、《UAT测试报告》、《用户操作手册》 |
| 试运行投产 | 《系统试运行方案》、《系统应急及回退方案》、《系统试运行报告》 |

2.与本次设计、实施工作相关的其他辅助文件，包括但不限于以下文件：

《项目工作计划书》

《会议记录》

中标方项目团队情况介绍

项目里程碑

验收申请书、评审申请书

所引用的完整标准文件

阶段性工作报告

阶段性项目成果

技术服务和技术服务相关资料

交付项资料清单

验收报告

管理员手册（含相关账号与密码）

软硬件配置清单及参数

系统源代码

常见问题及应对措施，应急预案

## （八）项目验收

1. 项目验收要求

项目验收在系统正式投产连续、稳定运行三个月后进行。验收内容包括：系统投产初期运行情况、系统配套文档以及中标人承诺提供的培训及运维保障服务等。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 项目阶段 | 时间 | 验收条件 |
| 阶段性评审 | 中标方与投标方商定 | 按照本标书要求,项目范围内的相应工作完成，并提交相应交付物。 |
| 竣工验收 | 中标方与投标方商定 | 按照本标书要求,项目范围内的相应工作完成，并提交相应交付物。 |

中标人提交的验收内容和资料，应准确、真实、易读，如招标方对中标人所提交材料的完整性、准确性、规范性等存在异议，中标人须按要求重新整理后提交招标方。

1. 验收流程与方式

满足验收条件后，由中标方提出验收申请，招标方对提供的验收材料进行审核；审核通过后，招标方组织项目验收小组验收，届时中标方需有至少2人参加；验收时，现场给出验收结果。

六、项目培训

为使项目成果能够更好的被招标方理解、利用，以及使项目成果的维护和更新成本低、难度小，中标方须本着全面共享知识和经验的宗旨，根据甲方要求向招标方提供技术培训，地点为招标方办公场地，内容为系统开发、运维及业务相关培训，具体培训时间与招标方协商确定，往返机票、食宿及培训费用由中标方承担。

## （一）培训方式

培训全部采用现场培训方式进行，培训时间按招标方的培训计划执行。将培训分为以下两种类型：

1.技术培训

面向招标方技术人员。中标方对相关技术人员开展系统管理、操作、维护、安装部署、接口开发等方面的免费培训。

2.业务培训

面向招标方业务人员。中标方对相关业务人员开展系统操作等方面免费培训。

## （二）培训要求

1.培训开始前，中标方须向招标方提供培训老师的履历。经招标方认可后，培训课程老师方可开始培训。

2.中标方事先须提供《培训方案》，且须通过工作小组审核通过。

3.培训工作须严格按照《培训方案》执行。

七、维保服务

本章约定免费维保期期间的服务要求。

**中标方需在项目验收通过后，提供1年免费维保服务。**

中标方提供所有的维保服务，并按照贵州省农村信用社联合社信息系统相关移交管理规定向招标方进行项目移交。

（一）定义

故障是指信息系统在没有预先安排的情况下出现的对用户提供服务的中断。

故障级别分为：

一级故障：系统不能运行或存在故障，导致所有或部分业务都无法运行。

二级故障：辖内部分机构的业务系统无法运行。

三级故障：系统运行出现故障，但是不影响业务办理，或者有其他替代方式能够完成业务办理。

缺陷是指信息系统存在的某种破坏正常运行能力的问题、错误，或者隐藏的功能缺陷，即将但是还没有造成系统故障。

缺陷级别分为：

紧急缺陷：指信息系统存在异常，即将造成大量业务中断或存在高风险安全漏洞，随时可能发生信息系统故障或安全事件。

重大缺陷：指信息系统发生异常，不影响信息系统整体运行，即将或已经造成少量业务中断，对安全运行影响较大，尚能保持运行，不及时处理会造成信息系统停运等故障情况。

普通缺陷：指设备(系统)、设施发生的异常，不影响业务运行，不影响设备（系统）整体运行，短时之内不会劣化为重大缺陷、紧急缺陷，对运行虽有影响但尚能保持运行。

变更包括故障及缺陷的处理、日常运维中的数据变更和配置变更、定制化功能需求变更等。

（二）维保服务范围

系统有效生命周期内（即招标方废止该系统运行之前）,中标方维保服务包括但不限于以下内容：

1.系统运行问题的诊断和处理。

2.系统运行期间技术咨询。

3.产品版本升级、缺陷修复、故障处理。

4.系统巡检、特殊时段保障。

5.信息备份。

6.配置变更、数据变更。

7.不超过系统建设总工作量10%的局部功能的增加和调整。

8.未来新增定制化改造内容的维保。

（三）维保服务要求

1.维保服务方式

服务方式包括但不限于现场人员支持、现场咨询、现场排除故障、电话咨询、远程支持等。

免费维保期限内提供至少1人经招标方认可的参与项目建设的人员进行驻场维保。

2.维保服务描述

中标方在维保服务期按照贵州省农村信用社联合社信息系统运维管理相关规定，为招标方提供以下运维服务：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **服务项** | **服务描述** |
| 1 | 系统巡检 | 对系统进行巡视，检查系统运行状态，及时解决突发问题；  重大节假日或重要时点前，对运维对象进行系统级检查，并及时处理系统隐患及异常 |
| 2 | 特殊时段保障 | 重大节假日或重大活动日保障系统正常运行。 |
| 3 | 技术咨询 | 7\*24小时响应用户电话咨询，进行系统维护指导；  技术方案支持、规划咨询服务等 |
| 4 | 信息备份 | 对系统代码、系统配置信息、系统文档等进行备份 |
| 5 | 故障及缺陷处理 | （1）对影响系统可用性的故障及缺陷或突发事件进行处置，最大化系统可用率、杜绝信息安全事件、保证系统应用性能  （2）对系统BUG或功能BUG进行处理完善  （3）对系统性能进行优化 |
| 6 | 配置变更 | （1）完成系统运行环境、运行参数、操作系统补丁的升级和调优工作  （2）配合完成系统测试环境搭建  （3）配合完成系统迁移 |
| 7 | 产品版本升级 | 系统程序发布、部署及相关文档等管理 |
| 8 | 局部功能调整 | 对系统功能进行局部功能更改，并同步对《需求说明》、《设计文档》、《数据字典》、《使用手册》等进行更新 |
| 9 | 数据变更 | 对因用户误操作、通过系统功能无法更正的应用数据，在招标方书面授权后，进行后台修改，并对数据实行分级维护（对不同单位、个人授予相应权限） |
| 10 | 其他 | （1）针对系统可能的突发事件，配合招标方编制应急预案，并配合招标方进行应急演练  （2）配合进行安全测评，以及安全整改和加固  （3）配合完成与本系统相关的其它运维服务工作  （4）协助招标方完成制定IT服务的相关流程、制度，详细列出针对不同事件和问题的技术方案和解决方案，并提供相关技术参考资料等 |

3.服务响应时限和服务周期要求

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **服务项** | **服务响应时限和服务周期要求** |
| 1 | 系统巡检 | 每月及重大节假日或重大活动日或重大事件前进行巡检 |
| 2 | 特殊时段保障 | 招标方有权要求中标方在重大节假日或重大活动日派驻至少一名技术人员驻场保障系统正常运行 |
| 3 | 技术咨询 | （1）提供7×24小时服务  （2）3小时内响应 |
| 4 | 信息备份 | 系统代码、系统配置信息、系统文档发生改变后1个工作日内进行备份 |
| 5 | 故障及缺陷处理 | （1）提供7×24小时服务  （2）详见表下约定 |
| 6 | 配置变更 | 开展配置变更的工作时间不能影响系统正常使用 |
| 7 | 产品版本升级 | 开展程序发布的工作时间不能影响系统正常使用 |
| 8 | 数据变更及其他 | 满足招标方时限要求 |

（1）故障处理时限要求

一级故障：要求30分钟内予以响应，经招标方评估，需要中标方到现场解决的，中标方维护人员如在招标方所在地或是招标方所辖内的机构（包括分支机构）所在地，要求2小时内到达现场；如在外地，到达现场所用时间应控制在12小时内。

二级故障：要求1小时内予以响应，经招标方评估，需要中标方到现场解决的，中标方维护人员如在招标方所在地或是招标方所辖内的机构（包括分支机构）所在地，要求4小时内到达现场；如在外地，到达现场所用时间应控制在24小时内。

三级故障：要求1小时内予以响应，经招标方评估，需要中标方到现场解决的，中标方维护人员如在招标方所在地或是招标方所辖内的机构（包括分支机构）所在地，要求8小时内到达现场；如在外地，到达现场时间应控制在48小时内。

（2）缺陷修复时限要求

紧急缺陷：要求1小时内予以响应，2天内予以解决。

重大缺陷：要求1天内予以响应，7天内予以解决。

普通缺陷：要求2天内予以响应，双方友好协商。

4.交付物要求清单/清单要求

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **服务项** | **交付物** | **交付时间** |
| 1 | 系统巡检 | 《系统巡检指南》 | 系统上线后20个工作日 |
| 巡检报告 | 巡检结束后5个工作日 |
| 2 | 特殊时段保障 | 缺陷处理报告 | 缺陷处理后5个工作日 |
| 3 | 故障处理 | 故障处理报告或记录 | 故障处理完成后1个工作日 |
| 更新《系统故障处置指南》 | 故障处理完成后5个工作日 |
| 4 | 缺陷处理 | 缺陷处理报告或记录 | 缺陷处理完成后1个工作日 |
| 更新《系统缺陷处置指南》 | 缺陷处理完成后5个工作日 |
| 5 | 配置变更 | 配置变更记录 | 配置变更完成后1个工作日 |
| 更新《系统配置指南》 | 配置变更完成后5个工作日 |
| 6 | 产品版本升级 | 产品版本升级记录 | 升级完成后1个工作日 |
| 7 | 需求变更 | 更新《需求说明书》、《设计文档》、《数据字典》、《使用手册》 | 需求变更后5个工作日 |
| 8 | 数据变更 | 数据变更记录 | 数据变更完成后1个工作日 |
| 9 | 其他 | 按招标方要求 | 按招标方实际要求 |

招标方在收到中标方交付物后，若招标方认为交付物未满足项目要求，则中标方必须在招标方要求时限内对交付物做出修改，直至取得招标方认可后，方可再次提交。

5.运维服务质量要求

中标方提供的维保服务应规范、及时、有效，准确，满足以下质量要求：

保障运维期间系统运行稳定，不因为运维工作不规范、不及时、不到位或者工作失误，导致系统不可用；

保障运维期间系统运行安全，不因为运维工作不规范、不及时、不到位或者工作失误，发生信息安全事件；

不因运维工作不规范、不及时、不到位或工作失误以导致系统数据、应用数据和配置信息丢失；

不因运维工作不规范、不及时、不到位或工作失误以及工作态度问题导致用户投诉；

严格遵循贵州省农村信用社联合社运维管理相关规定开展工作，杜绝运维工作违规违纪现象发生。

6.维保人员要求

中标方按招标方要求派驻现场的技术人员，对不满足招标方工作要求的，招标方有权要求中标方予以更换。

中标方派驻现场的技术人员需遵守：

不在现场超过1天须向招标方提出书面申请，获得同意后方可离开；

人员更换须向招标方提出书面申请，获得同意后方可更换；

必须遵守招标方现场工作纪律规定，包括考勤、着装、纪律等。

7.工作规范要求

中标方必须严格遵循招标方信息系统相关工作流程、规范、标准和制度要求，在招标方指定平台中按照开展维保服务工作，做好各项工作的过程及结果的详细记录；

中标方必须严格执行工作审批流程，未经许可不得擅自扩大工作范围；

中标方在运维工作中必须严格遵循早发现、早汇报、早处理原则。任何情况下，都不能向招标方隐瞒维保工作真实情况；

中标方在维保工作中要做好备份、测试、监护等风险预防措施，杜绝工作失误造成的系统故障、数据丢失等事件；

（四）维保服务考核

招标方根据下表所列考核方法对项目进行考核：（1）免费维保期间，招标方从合同剩余金额（质量保证金）中扣除考核款后支付予中标方；（2）免费维保期结束后，招标方从当期维保费用中扣除考核款后支付予中标方。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **考核点** | **扣减标准** |
| 1 | 在合同履行过程中存在故意或过失行为造成招标方损失 | 扣减当期全部维保费用，并赔偿招标方损失 |
| 2 | 系统不可用超标 | 当期维保期内，因本系统自身原因导致不可用时间每增加8小时，扣减5%当期维保费用 |
| 3 | 故障处理超时 | 一级或二级故障处理超时，每发生1次，扣减2%当期维保费用  三级故障处理超时，每发生1次，扣减0.1%当期维保费用 |
| 4 | 缺陷处理超时 | 紧急缺陷处理超时，每发生1次，扣减2%当期维保费用  普通缺陷处理超时，每发生1次，扣减0.1%当期维保费用 |
| 5 | 不遵守招标方信息系统运维工作相关规定，进行违规操作 | 每发生1次，扣减1%当期维保费用 |
| 6 | 工作失误 | 每发生1次，扣减0.5%当期维保费用。造成重大影响的，酌情加重扣减。 |
| 7 | 客户投诉 | 如经查实确为中标方原因造成系统客户投诉，每投诉1次，扣减0.5%当期维保费用 |
| 8 | 运维周报和月报、运行记录等运维文档提交或记录不及时，不完整，不规范，不参加工作例会 | 每发生1次，扣减0.5%当期维保费用 |
| 9 | 如要求中标方技术人员驻场工作但未驻场 | 每发生1次，扣减1%当期维保费用 |
| 10 | 中标方未经招标方书面同意，擅自更换维保服务人员 | 每发生1人次，扣减1%当期维保费用 |
| 11 | 维保服务人员不遵守招标方工作纪律 | 每发生1人次，扣减0.1%当期维保费用 |
| 12 | 在遇到紧急事件处理时，维保服务人员电话未能及时接通 | 每发生1人次，扣减0.1%当期维保费用 |
| 13 | 未按中标方要求完成对不影响系统架构的局部功能调整 | 每发生1次，扣减1%当期维保费用 |

（五）其他服务

中标方应书面说明关于本项目的维护队伍情况、实施组织方式、服务模式，以及售后服务的开展方式；

中标方应对其本地的售后服务、技术支持方面的情况作出说明（包括在贵州省内如贵阳市有无相关服务机构、地点设在何处、维护人员构成、提供服务的时段、维保服务范围、收费情况及服务方式等）。