选型编号： KSRCBXX2025005

江苏昆山农村商业银行股份有限公司

营销作战平台优化项目

选型公告

江苏昆山农村商业银行股份有限公司

二〇二五年七月

# 声 明

本公告文件专用于江苏昆山农村商业银行股份有限公司本次“营销作战平台优化项目”进行选型，江苏昆山农村商业银行股份有限公司对本公告文件及公告文件内容享有解释权。参加选型单位即视为无条件同意本声明并保证对本公告文件可能涉及的江苏昆山农村商业银行股份有限公司商业秘密予以保密，除经江苏昆山农村商业银行股份有限公司书面同意外，任何单位和个人不得为参与本项目选型以外的目的而出版、复制、传播、销售及使用本公告文件。

# 第一部分 公告函

根据江苏昆山农村商业银行股份有限公司业务发展的需求，现就江苏昆山农村商业银行股份有限公司“营销作战平台优化项目”进行选型公告：

1.公告编号： KSRCBXX2025005

2.公告人：江苏昆山农村商业银行股份有限公司

3.项目实施地点：江苏省昆山市前进东路828号

4.公告开始时间：北京时间2025年07月24日

5.公告截止时间：北京时间2025年08月14日17点

6.公告人联系方式：

江苏昆山农村商业银行股份有限公司

地址：江苏省昆山市前进东路828号

邮政编码：215300

业务联系人：杨泰杰

联系电话：159-9567-1827

邮箱：yangtaijie@ksrcb.com

技术联系人：邵宏力

联系电话：175-2103-0806

邮箱：shaohongli@ksrcb.com

# 第二部分 实施需求

1. **重点业务要求**

1. 标签体系梳理：针对行内现有的标签进行梳理，结合行内数据资产情况、当前标签建设情况、小模型建设和输出情况、省联社公共特征库项目经验，体系性的进行存量标签梳理和查漏补缺，丰富营销维度的标签，补充流水、征信、风控维度、行为偏好等数据，形成统一、完整、易管理的客户标签库。针对不同的客群，包括但不限于代发、养老、长尾、个体工商户、信贷、收单、贴现、供应链、外汇等客群形成个性化标签，提升画像颗粒度与营销维度。

2. 增强标签：基于行内营销中台、智能外呼、人工外呼、企微、坐席、核心等系统，获取结构与非结构化数据，包括不限于客户信息、资产情况、历史投资记录、风险偏好、交易流水、行为信息、兴趣爱好、手机浏览记录、营销历史和反馈、企微会话存档和外呼记录等，整合App用户行为、线下网点交互、电话语音数据等全渠道信息，通过对海量客户数据进行关联学习，快速构建客户的增强标签，丰富客户360画像的维度和标签库。

3. 画像概览：基于行内已构建的数百个标签加上增强标签，以及客户的基础信息，形成零售客户的画像概览，包括代发、养老、长尾、个体工商户、信贷、收单、贴现、供应链、外汇等客群标签，以及单个客户的画像概览。需要提供移动端和PC端的UI设计，要突出客户的关键特征标签、营销机会、有分析的输出推荐建议，再加上客户画像概览。助力客群体系建设、零售网格化升级，提升客户经理营销效率和获得感。

4. 话术推荐：收集人人对话/专家营销话术，通过话术聚类、人工审核，构建覆盖产品营销、资产提升等垂直场景的对话语料库。根据客户消费习惯、偏好等生成个性化营销策略、资产配置方案、增值服务推荐等，辅助银行提升客户管理能力，提高营销效率和服务质量。识别用户意图、情绪等需求，提供千人千面的优质话术，实现关联产品营销。包括但不限于根据客户信息、营销阶段、营销渠道、产品信息、营销时间、营销事件生成营销话术。系统应满足消保合规、输出审查等要求，支持敏感词库配置和过滤机制，保障生成话术的合规性与合理性，生成个性化、合规化、高质量的营销话术，赋能客户经理营销展业，针对具体客户，提供客户营销的建议、智能产品推荐、联络建议等营销辅导。

1. **重要技术要求**

1、数据对接

(1)标签数据整合：设计和实现高效的数据处理流程，确保能够无缝对接行内已有的标签数据。

(2)增强标签数据回落：增强标签需要回落于数据湖中，确保标签可以被准确地记录并应用于后续分析和营销活动中。

(3)客户360画像对接：与现有客户画像标签数据深度对接，以获取客户的全方位信息，包括基础信息、交易记录等，形成完整的客户视图。

2、系统对接

(1)营销中台对接：实现与行内营销中台的深度集成，支持T+1获取客户信息，并提供精准的画像展示和话术推荐服务，为营销活动提供强有力的支持。

(2)服务接口标准化：确保提供的所有服务都有清晰、统一的API接口定义，便于第三方系统的接入和调用。接入该部分功能的权限管控由外围渠道端落实。

3、ASR（自动语音识别）转换

(1)说话人识别：对非双声道音频提供通过声纹技术实现客服人员与客户之间的身份识别，提升服务的安全性和个性化水平。

(2)情绪识别：具备情绪识别能力，能够准确识别语音中客户的情绪状态，并据此判断客户的意愿（如愿意购买、感兴趣、还是反感、拒绝）。

4、平台系统高可用

(1)系统架构设计：采用高可用架构设计，确保系统在高并发场景下的稳定性与响应速度。

(2)负载均衡与故障转移：配置负载均衡器和故障转移机制，保证服务的连续性和可靠性。

5、系统安全

(1)敏感信息保护：实施严格的数据加密策略，确保客户敏感信息在整个生命周期内的安全性。

(2)密码安全与终端安全：加强用户认证机制，提升密码强度要求；同时，强化终端设备的安全防护措施。

(3)日志审计：建立全面的日志记录和审计机制，确保所有系统操作、用户行为和安全事件都被详细记录并可追溯。

1. **评分标准**

本次招标采用综合评分法20-20-60，其中POC部分共计60分（包括技术评分40分，业务评分20分），具体评分标准如下：

1、技术指标（40分）

|  |
| --- |
| **营销作战平台优化项目-开发实施POC技术指标** |
| **序号** | **分类** | **模块** | **评估项** | **分值** | **验证指标** |
| 1 | 架构 | 高可用架构 | 支持高可用架构 | 准入 | 1、【文档说明】提供高可用的设计方案。 |
|
| 2、【文档说明】出具相关认证资质。 |
|
| 2 | 架构 | 操作系统 | 操作系统支持支持 | 准入 | 1、【现场演示】应用均采用操作系统为银河麒麟v10，无特殊情况不得使用AIX、Windows。 |
| 3 | 架构 | 应用架构 | 系统架构分布式微服务 | 2 | 1、【文档说明】提供总体应用架构说明，阐述本系统与关联系统的集成关系，数据关联关系；2、【文档说明】提供应用架构分层说明(如应用组件层、应用平台层、技术框架层、基础设计层）；3、【文档说明】提供微服务分布式的设计方案。 |
| 4 | 安全 | 敏感信息保护 | 客户敏感信息加密 | 2 | 1. 【现场演示】演示敏感数据在数据库中是否以加密形式存储。
2. 【现场演示】演示敏感数据在交互报文中是否以加密形式传输。
 |
|
|
| 5 | 安全 | 安全防范能力 | 防提示词攻击能力 | 2 | 1. 【现场演示】具备防止包含恶意指令信息攻击的能力，验证系统是否可以识别并拒绝恶意攻击，并仍按正常逻辑输出（比如客户内容里含有隐含的系统提示词）。
 |
| 6 | 安全 | 安全防范能力 | 敏感词拦截能力 | 2 | 1. 【现场演示】具备敏感词拦截能力，当要求生成含有违禁词的话术时，系统可有效拦截并给出合规提示；
2. 【现场演示】敏感词的安全护栏方案，并演示规则库是否可由业务人员可视化配置。
 |
| 7 | 安全 | 用户身份认证 | 密码安全 | 2 | 1. 【现场演示】现场演示登录密码的修改以及密码登录功能，要求：（1）密码具有复杂度要求；（2）防止密码爆破，比如限制输入错误次数、图形验证码等；（3）设置密码有效期，过期强制修改密码；（4）在进行修改密码或密码重置时，应采用两种或两种以上要素进行身份认证；（5）修改密码时应对原密码输入错误次数进行限制、新密码不应与原密码相同；（6）初始密码也需满足复杂度要求，且初次登录时强制修改密码；2、【现场演示】支持登录有效期设置，用户登录各渠道后静置一段时间后自动登出。
 |
| 8 | 安全 | 安全审计 | 操作记录 | 1 | 1、【现场演示】支持业务和技术后台管理平台的操作溯源。详细记录操作人、操作时间、操作步骤、操作IP等关键信息。 |
| 9 | 技术需求 | 模型管理 | 模型版本管理与配置 | 1 | 1、【文档说明】展示微调模型的版本的管理和迭代更新流程。 |
| 10 | 技术需求 | 数据接入 | 存量标签数据接入 | 3 | 1、【现场演示】可接入行内存量标签数据，获取现有的360客户画像。针对指定客户可展示出客户的360画像标签。 |
| 11 | 技术需求 | 增强标签 | 增强标签回落数据湖 | 3 | 1、【现场演示】针对指定客户生成增强标签（如“投资潜力高”、“子女教育需求”等）。2、【现场演示】增强标签是否正常卸数或直接回落数据湖。 |
| 12 | 技术需求 | 增强标签 | 标签可解释性 | 1.5 | 1、【现场演示】具备为生成的标签和话术提供归因解释的能力。能够依据增强标签（如“风险偏好提升”），推断出是客户的哪些行为（如“近期频繁交易股票型基金”）导致了该标签的生成。  |
| 13 | 技术需求 | 话术 | 话术可解释性 | 1.5 | 1、【现场演示】系统生成一段营销话术后，应能提供可视化或文本形式的解释，可以清晰展示话术的产生标签，增加客户经理的理解和信任。 |
| 14 | 技术需求 | 话术 | 客户情绪话术能力 | 1.5 | 1、【现场演示】具备根据不同客户情绪标签的话术生成能力。对单客户不同的情绪，是否可根据情绪生成匹配的话术。 |
| 15 | 技术需求 | 话术 | 产品话术能力 | 1.5 | 1. 【现场演示】具备接入根据小模型推荐的产品生成话术的能力。对不同客户不同的产品推荐，是否可根据用户标签生成匹配的话术。
 |
| 16 | 技术需求 | 接口 | 提供标准化服务接口 | 1.5 | 1、【文档说明】具备接口标准化服务能力，提供ASR语音转换、画像展示、画像概要总结、话术推荐接口的API接口定义文档。 |
| 17 | 技术需求 | 接口 | 性能 | 1.5 | 1、【现场演示】对单客户的画像增强和话术生成请求，分别进行10次测试，P95延迟。画像增强端到端时间T+1，实时可酌情加分。 |
| 18 | 技术需求 | 语音转换 | 说话人分离 | 1.5 | 1、【现场演示】具备对单声道音频的角色分离能力，角色分离准确率大于85%。 |
| 19 | 技术需求 | 语音转换 | 语音识别准确率 | 1.5 | 1. 【现场演示】根据5段时长3-5分钟的真实脱敏单声道录音，对比ASR转写结果与人工精标文本，计算字错误率。
2. 【现场演示】验证对产品名称、金额、利率等关键金融词汇的识别准确性，准确率大于85%。
3. 【现场演示】具备识别客户情绪并判断客户意愿的能力（如愿意购买、感兴趣、还是反感、拒绝），对比专家评估的客户情绪，准确率大于85%。
 |
| 20 | 架构 | PC浏览器 | 适配 | 1 | 1、【现场演示】web前端页面在不同分辨率和屏幕大小的显示器的兼容问题。常用分辨率 1920×1080 （1080p全高清）、1280×720 （720P 高清） |
| 2、【现场演示】支持Chrome v69及以上浏览器版本，最高Chrome v109浏览器版本的兼容展示。 |
| 21 | 架构 | 模型部署 | 适配 | 1 | 1、【现场演示】提供的模型需适配行内算力，可统一由行内算力底座部署纳管。 |
| 22 | 现场情况 | 现场情况 | 现场演示、交流综合情况 | 8 | 1、【现场演示】根据现场演示内容、演示效果、各类方案的合理性、可行性、厂商态度、答辩效果进行综合打分。 |
| 　 | 总计 | 　 | 　 | 40 | 　 |

注：性能等现场无法进行演示的技术指标需提供相关证明材料。

2、业务指标（20分）

|  |
| --- |
| **营销作战平台优化项目-开发实施POC业务指标** |
| **序号** | **分类** | **模块** | **分值** | **评估项** | **验证指标** |
| 1 | 业务需求 | 标签梳理 | 2 | 标签体系管理 | 1. 覆盖率（2分）：根据营销维度标签体系的丰富程度
2. 数据维度（2分）：整合流水、征信、风控、行为偏好4类数据，每缺失1类扣0.5分
 |
| 2 | 业务需求 | 增强标签 | 4 | 增强标签构建 | 1. 多源接入（2分）：接入≥4类数据源（智能外呼/人工外呼/企微/App行为/营销中台/核心）
2. 衍生效果（2分）：生成≥20个增强标签，抽样准确率≥80%
 |
| 3 | 业务需求 | 画像概览 | 7 | 画像概览生成 | 1. 多端展示（1分）：PC/移动端界面展示
2. 标签展示（2分）：展示出客户关键标签以及营销机会、推荐建议
3. 洞察精准度（4分）：客户画像完整度、匹配度、精确度
 |
| 4 | 业务需求 | 话术推荐 | 7 | 话术推荐生成 | 1. 匹配程度（5分）：生成话术与客户标签匹配度、精准度,并支持资产提升、信贷提升等多类场景。
2. 合规保障（2分）：话术合规，过滤敏感词，符合消费者保护要求
 |
| 总计 | 　 | 　 | 20 | 　 | 　 |

# 第三部分 公告说明

### 一、适用范围

本公告文件仅适用于江苏昆山农村商业银行股份有限公司（以下简称“昆山农商银行”）营销作战平台优化项目而进行的公开选型。

### 二、定义

1. “公告人”系指组织本次项目的机构：江苏昆山农村商业银行股份有限公司。
2. “意向人”系指满足本公告文件要求并有意向承担本项目建设的法人单位。
3. “设备（系统）”系指意向人按公告文件规定，须向公告人提供的设备、软件系统、备品备件、工具、手册及其他有关技术资料和材料。
4. “服务”系指公告文件规定意向人须承担的在选型过程中的技术服务、运输、安装调试、人员培训、售后服务和其他类似的义务。
5. “公告文件”系指本文件及其附件，如公告人对公告文件及其附件进行有效的修改或澄清，则该修改和澄清构成公告文件不可分割的一部分。
6. “技术方案”系指意向人按照公告文件要求编写，并向公告人递交的有效的文字说明、表格、图表等文件。

### 三、对于本次公告的重要说明

意向人须于2025年08月14日17:00前将交流文档等材料发送至联系人邮箱，经我行复核通过后主动联系本公告联系人协商安排时间进行现场讲解及答疑,公告人将根据讲解和答疑情况确定入围厂商参加POC。

根据POC评分结果排名，取前五名确定为“营销作战平台优化项目开发实施”项目入围邀请招标名单。如后续投标环节中有弃权的，则由POC结果中的下一名厂商补充进入邀请招标名单。如满足三名且不足五名，则全部入围邀请招标名单。如不足三名，则重新公开征集。

### 四、对意向人的要求

1. 意向人必须为具有独立企业法人资格，具有合法名称、组织机构、固定的办公场所，注册资本要求不少于1000万元人民币（或等值外币），注册时间不少于3年，且具有良好的技术力量、商业信誉和售后服务体系。
2. 意向人必须服务过银行机构数2家及以上，应用案例5个及以上。
3. 意向人必须具有良好的经济和技术实力，能够按时提交公告人要求的交付内容，并能够在选型过程中及时地提供公告人要求的优质服务。
4. 意向人必须具有良好的银行资信和商业信誉，没有违法、违约记录，不处于被责令停业，财产被接管、冻结、破产等非正常经营状态。
5. 意向人不得联合第三方共同投标，否则取消投标资格，且不允许中标后将本招标进行分包、转包。
6. 对标的物中包含的第三方产品和服务，要求意向人出具第三方授权书（包括产品、服务功能和价格），并且以第三方产品和服务参与POC。意向人需提供三年内与原厂合作的实施案例、项目团队人员清单。招标人保留对该第三方资格认定及与其直接签署合同的权利。
7. 意向人应为增值税一般纳税人，应开具增值税专用发票，不得代开增值税发票。
8. 意向人必须按照本选型公告第四部分附件的格式要求制作《供应商反腐败/反贿赂承诺书》，未经招标人书面同意，该格式不允许作任何修改。

### 五、选型交流费用

公告人提供选型交流的办公场所，测试用环境。此外，意向人应自行承担与参与选型的有关的全部费用，公告人在任何情况下无义务和责任承担上述费用。

### 六、公告文件的解释及咨询

本公告文件的解释权属公告人。对本次公告有任何询问，请与昆山农商银行本次公告联系人联系。

**第四部分 附件**

# 附件1：《供应商反腐败/反贿赂承诺书》

**供应商反腐败/反贿赂承诺书**

江苏昆山农村商业银行股份有限公司：

本公司自愿与贵行合作，互惠共赢，确保采购招投标活动的规范与廉洁，从源头上预防和遏制违法违纪问题的发生，特作以下承诺：

1、在业务往来中，严格遵守国家有关的法律法规和廉洁从业规定，坚持公平、公开、公正、诚实信用的原则，决不损害国家和企业利益。

2、本公司（含公司工作人员，下同）决不向贵行工作人员（含工作人员的配偶、子女及亲属，下同）馈赠礼品（包括但不限于现金、有价证券、支付凭证及贵重物品等）。

3、本公司决不向贵行工作人员提供宴请、联谊活动、度假、旅游，以及到营业性娱乐场所消费。

4、本公司决不为贵行工作人员安排工作，以及支付应由其个人自付的各种费用。

5、若本公司发现贵行工作人员有违反本承诺书行为倾向的，应及时提醒纠正并向贵行监督管理部门举报。

6、如发现本公司违反承诺，经贵行监督管理部门认定违规事实后，按照下列规定进行处罚。

（1）同意按照合作项目合同总金额的5%支付违约金。

（2）同意贵行解除相关合同，由此造成贵行的损失概由本公司完全承担并赔偿。

（3）承担由此产生的全部法律责任。

（公司加盖公章）

法定代表人/有权签署人（签名或盖章）：

日期：