

合同编号：

互联网广告与网络交易数据监测 及分析服务合同

委托人(甲方)：北京市市场监督管理局

受托人(乙方)：北京奇虎科技有限公司、北京信思网络科技有限公司、北京人民在线网络有限公司联合体

签订地点：北京市通州区

签订日期：2015年12月30日

北京市市场监督管理局（甲方）互联网数据统计及分析项目（05包-互联网广告与网络交易数据监测及分析服务），经中钢招标有限责任公司公开招标方式进行采购，并经专家评审小组审核与北京奇虎科技有限公司、北京信思网络科技有限公司、北京人民在线网络有限公司联合体成交。甲乙双方根据《中华人民共和国民法典》及相关法律法规规定，在真实、充分地表达各自意愿的基础上，经平等协商，就乙方协助甲方开展互联网广告与网络交易数据监测及分析服务的相关事宜达成一致，特签订本合同，具体条款如下：

一、服务内容

依据本合同约定，甲方委托乙方完成互联网广告与网络交易数据监测及分析服务相关服务内容，详见“附件一：互联网广告与网络交易数据监测及分析服务需求”。

二、合同金额及支付方式

1. 本合同金额总计为 1,220,000.00 元(人民币大写：壹佰贰拾贰万元整)。甲方以转账方式向乙方支付合同款项。本合同价款为本合同项下乙方完全履行合同所对应的甲方的全部付款义务，包括但不限于乙方提供项目技术开发及其相关服务的费用和所需缴纳的所有税费，未经甲方书面同意，乙方不得以任何理由要求调增。

2. 付款方式：

合同款项在政府财政资金到位后按以下时间分多次支付，因上级或同级财政主管部门资金审批、拨付等因素导致付款逾期的，甲方不

承担违约责任。乙方不得因此延迟、暂停、拒绝、终止义务的履行。

合同生效后 15 个工作日内，甲方向乙方支付合同总金额 50% 的合同款，计 610,000.00 元（人民币大写：陆拾壹万元整）。其中，乙方一 427,000.00 元（人民币大写：肆拾贰万柒仟元整），乙方二 122,000.00 元（人民币大写：壹拾贰万贰仟元整），乙方三 61,000.00 元（人民币大写：陆万壹仟元整）。

乙方应于 2026 年 8 月 31 日前将项目完成进度达到 70%，然后由乙方方向甲方提出申请，经甲方组织验收会，依据合同对本项目的服务内容、服务成果进行第一次阶段性验收。验收通过后 15 个工作日内，甲方向乙方支付合同中期款，金额为合同总金额的 20%，计 244,000.00 元（人民币大写：贰拾肆万肆仟元整）。其中，乙方一 170,800.00 元（人民币大写：壹拾柒万零捌佰元整），乙方二 48,800.00 元（人民币大写：肆万捌仟捌佰元整），乙方三 24,400.00 元（人民币大写：贰万肆仟肆佰元整）。

乙方应于 2026 年 11 月 30 日前将项目完成进度达到 90%，然后由乙方方向甲方提出申请，经甲方组织验收会，依据合同对本项目的服务内容、服务成果进行第二次阶段性验收。第二次阶段性验收通过后 15 个工作日内，甲方向乙方支付剩余合同款计 366,000.00 元（人民币大写：叁拾陆万陆仟元整）。其中，乙方一 256,200 元（人民币大写：贰拾伍万陆仟贰佰元整），乙方二 73,200 元（人民币大写：柒万叁仟贰佰元整），乙方三 36,600 元（人民币大写：叁万陆仟陆佰元整）。如甲方遇到财政国库支付受限，支付期限顺延，不承担违约责任，但

要及时通知乙方，待障碍消除后，及时恢复支付。乙方不得因此延迟、暂停、拒绝、终止义务的履行。

若乙方完成的工作内容在数量、质量等方面不符合甲方要求，甲方将在支付尾款时扣除相应款项后支付剩余款项。

乙方在收到甲方每一笔付款前，应向甲方开具相应金额的合规增值税发票并交付甲方。甲方收到乙方开具的符合甲方要求的发票前，不支付任何费用，也不视为甲方违约。

乙方应提供真实有效的账户信息，如账户信息发生变更，应书面方式提前三天向甲方告知。如未告知的，由乙方承担相应责任，甲方已向变更前账户付款的，视为已履行完毕付款义务。乙方指定收款账户信息如下：

乙方一：

开户名：_____北京奇虎科技有限公司_____

纳税人识别号：_____911101026662879416_____

开户银行：_____招商银行北京建国路支行_____

账号：_____862684692210001_____

乙方二：

开户名：_____北京信思网络科技有限公司_____

纳税人识别号：_____91110112MA01QC6T8U_____

开户银行：_____招商银行股份有限公司北京西红门支行_____

账号：_____110941651110301_____

乙方三：

开户名： 北京人民在线网络有限公司
纳税人识别号： 911101056851283564
开户银行： 中国光大银行股份有限公司北京建国门支行
账号： 35050188000120656

三、履约保证金交纳与退还

合同签订之日起 10 个工作日内，乙方需向甲方交纳合同总金额 10% 的履约保证金金额，计 122,000 元（人民币大写：壹拾贰万贰仟元整）。其中，乙方一 85,400 元（人民币大写：捌万伍仟肆佰元整），乙方二 24,400 元（人民币大写：贰万肆仟肆佰元整），乙方三 12,200 元（人民币大写：壹万贰仟贰佰元整）。提交形式为非现金形式（支票/汇票/本票/银行保函/政府采购担保函或其他）。乙方未按时支付履约保证金的，甲方有权拒绝付款，且不承担任何违约责任。

在服务期结束后 30 日内，由乙方向甲方提出终期验收申请，经甲方验收合格后 15 个工作日内，甲方全额向乙方无息退还履约保证金金额；验收不合格甲方有权扣减履约保证金。

四、服务周期

乙方应自 2026 年 1 月 1 日起至 2026 年 12 月 31 日完成本合同约定的服务。

五、甲方的权利与义务

1、甲方有权要求乙方按照合同规定的事项提供相应的服务与支持。

2、根据业务发展要求，甲方有权在项目需求讨论中进一步完善

需求内容。对于新形式、新业态的互联网广告与网络交易信息，甲方有权要求乙方开展数据获取、识别等技术研发和数据分析工作。

3、甲方有权审查乙方的数据服务方案，掌握数据服务质量。

4、甲方有权聘请第三方单位或自行对乙方提供的数据服务质量进行监督、检查。

5、甲方应当按规定的时间和方式向乙方支付服务费用。

6、甲方要组建项目小组，以保证项目的顺利进行，并应指定专人负责协调甲、乙双方工作。

7、甲方拥有乙方提供的交付数据的所有权。

六、乙方的权利与义务

1、乙方要及时响应甲方需求，并根据甲方需求提供符合要求的互联网广告与网络交易数据监测及分析服务与支持，乙方的工作内容和进度应及时、准确地通知甲方，以取得甲方的配合。

2、乙方要根据甲方提出的数据完善需求，不断完善、优化服务数据。针对新媒体、新形式等互联网广告及网络交易信息的更新及开发采集时间不得超过7个工作日，遇到技术困难或者其他因素，经甲方同意，可以另行约定。

3、乙方不得删除或随意修改已提供的数据，如遇到必须修改的数据，需递交书面申请并说明理由。

4、乙方应保证本项目组中的主要负责人员稳定，如发生项目经理、产品经理、技术负责人变更，必须以书面形式提交给甲方，待甲方确认后方可变更。变更的人员应当做好工作交接。（后附-附件四：

项目组技术人员名单)

5、乙方不得利用承建本项目的便利条件，收集、使用、泄露、向第三方提供任何有关业务数据和信息。

6、乙方有权按时向甲方收取服务费用。

7、乙方负责本项目的售后服务。

8、未经甲方事先书面同意，乙方不得部分或全部转让、分包其应履行的合同义务。

9、乙方应保证服务的连贯性，负责协助甲方和上一年度的中标供应商完成交接工作。

七、保密义务

1、乙方需对所有采集、存储和传输的数据进行加密处理，确保数据在传输过程中不被窃取或篡改。对已初判的数据不得删除或随意修改。

2、乙方应制定保密措施解决方案，与本项目相关人员签订保密协议，并定期开展数据安全意识的培训工作。

3、乙方要对因该项目所涉及的相关数据及信息负保密责任，不得提供给任何第三方；同时，乙方应加强对为乙方服务人员的保密教育，确保相关人员严守保密职责。

4、乙方不得以任何方式把本合同的细节和因提供服务所获得的任何信息（包括但不限于与甲方有关的国家秘密、甲方的内部信息及相关数据所涉及的其他信息）透露给第三方或除下述人员以外的任何人，且下述人员应具有同等/更高保密义务/职责：

(1) 与本合同项目有直接关系且必须了解有关机密信息的人员，即雇佣人员、代理商等；

(2) 具有合法权利或职责的接受方的专业顾问；

(3) 根据法律法规或者监管要求必须了解机密信息的个人或团体。

5、如乙方违反本条的约定，甲方有权视情况解除本合同。如甲方决定解除合同的，有权没收乙方全部的履约保证金，并甲方有权要求乙方按照甲方的实际损失予以赔偿。乙方应承担相应的法律责任。

6、本条规定的义务和权利在本合同期满或终止后将持续有效，不因本合同的解除、终止、失效等而失效。

八、知识产权

甲乙双方应当保证其交付给对方的文件或成果不侵犯任何第三方的知识产权、商业秘密等任何权利、利益，乙方违反本条规定的，应当负责解决所有的纠纷和争议并承担全部赔偿责任。如甲方认为纠纷及争议已影响本合同继续执行和成果应用，甲方有权解除合同并要求乙方支付合同价款 30% 的违约金。

乙方履行本合同交付数据的所有权归甲方所有。

九、不可抗力

1、不可抗力系指合同双方不能预见、不能避免并不能克服的事件，包括但不限于严重火灾、洪水、地震、风暴等自然灾害及其它事件。

2、任何一方因不可抗力不能履行本合同规定的全部或部分义务，

应尽快通知对方，并应在事件发生后 7 日内将有关政府部门出具的官方证明文件交付对方，由双方协商决定是否解除合同，部分免除履行合同的责任或延期履行。

3、任何一方均不对因不可抗力无法履行或迟延履行本合同义务而使另一方蒙受的任何损失承担责任。但受不可抗力影响的一方有责任尽可能采取适当或必要措施减少或消除损失。

十、违约责任

1、在合同履行过程中若因国家法律、政策发生变动，或不可抗力的事件发生，造成合同不能正常履行，甲、乙双方依据法律规定承担责任和损失。

2、非因前款所述事件发生，违反合同约定条款，违约方应承担的责任为：

(1) 在未取得甲方同意的情况下，乙方未按合同要求提供本项目所需服务，乙方应当按照《中华人民共和国民法典》的规定承担赔偿责任。甲方可以视乙方的违约情况，决定是否解除合同，如甲方决定解除合同的，有权没收乙方全部的履约保证金，造成甲方损失的，乙方应按照甲方的实际损失予以赔偿。

(2) 在未取得乙方同意的情况下，甲方未按合同要求按时支付合同款项，甲方应缴纳违约金给乙方，每逾期一日按未缴合同金额部分的万分之三进行计算，但甲方应缴纳的违约金最高不得超过未按时支付款项的 20%。如因上级或同级财政主管部门资金审批、拨付等因素导致付款逾期的，甲方不承担违约责任。

(3) 本合同任何一方不能无故自行终止或解除，因一方违约使合同无法履行，违约方承担相应的违约赔偿责任。

3、如果乙方提供的数据服务未达到合同中数据采集方式或数据质量要求的约定，甲方有权中止或解除合同，乙方数据服务质量问题对甲方业务工作造成损失的，除按照本合同其他条款约定外，乙方还应按照甲方的实际损失予以赔偿。

4、乙方数据服务满足合同需求前提下，如果甲方未按照本合同有关规定向乙方及时足额付款，经乙方书面通知后15个工作日仍未及时足额支付，乙方有权中止、延期履行相应工作，直至甲方实际全部支付应付款项，如因此发生经济损失或相应赔偿责任，由甲方自行承担，但如因上级或同级财政主管部门资金审批、拨付等因素导致付款逾期的，甲方不承担违约责任，乙方不得因此延迟、暂停、拒绝、终止义务的履行。

5.乙方应保证在服务过程中，不侵犯任何第三方合法权利，不存在任何违法行为。否则，甲方有权解除合同，乙方赔偿由此造成的实际损失并承担相应法律责任。

6.因乙方违约造成损失或产生违约金的，甲方有权从履约保证金或未支付款项中自行扣除相关费用，不足部分需乙方另行支付。

十一、解决合同纠纷的方式

甲乙双方应先通过友好协商解决履行合同过程中发生的一切争议。协商不成，双方可向北京市通州区人民法院起诉处理。

十二、履约验收方案

项目完成进度达到 70%后，进行项目第一次阶段性验收；项目完成进度达到 90%后，进行项目第二次阶段性验收；在服务期结束后 30 日内，进行项目终期验收。验收方式为：由乙方向甲方提出验收申请，经甲方组织专家验收，依据合同对本项目的服务内容、服务成果进行数量、质量方面的验收。验收通过后，甲方在验收单上签字盖章。

主要验收指标：

1. 互联网广告分类抽样设计明细表 1 份。
2. 每月交付互联网广告分类抽样明细数据（包括合法广告、涉嫌违法广告） ≥ 200 万条。
3. 年交付涉嫌违法互联网广告线索数量 ≥ 60000 条。
4. 开展互联网广告专项监测任务 ≥ 10 次。
5. 监测媒体运营状态跟踪报告 2 份。
6. 互联网广告分类抽样监测情况报告 12 份。
7. 互联网广告重点监测情况报告 12 份。
8. 广告行业政策变化分析研究报告 4 份。
9. 广告行业技术分析研究报告 4 份。
10. 年采集更新平台内网店商品或服务数量 ≥ 100 万个。
11. 年开展网络交易专项监测任务 ≥ 10 次。
12. 网络交易全年总结报告 1 份。
13. 网络交易专题分析报告 ≥ 4 份。
14. 互联网广告、网络交易数据有效率 $\geq 90\%$ 。

15.互联网广告分类抽样涉嫌违法数据的商品服务分类识别准确率、互联网广告涉嫌违法数据准确率、网络交易针对采购人指定行业类别或专项任务提供数据的识别准确率 $\geq 80\%$ 。

十三、其他事项

1.本合同履行期间，双方如有任何修改或补充意见，应协商一致签订修改或补充协议，作为本合同的组成部分，其与本合同具有同等的法律效力。补充协议与本合同不一致的，以补充协议为准。

2.本项目的招标文件、投标文件及下述合同附件为本合同不可分割的部分，与本合同具有同等的法律效力：

附件一：互联网广告与网络交易数据监测及分析服务需求

附件二：互联网广告与网络交易数据监测及分析服务乙方联合协议

附件三：项目分项报价表

附件四：项目组技术人员名单

3.本合同一式拾份，甲方执叁份，乙方各执贰份，招标代理机构备案壹份，均具有同等法律效力，自双方盖章并经双方授权代表签字之日起生效。

（后附合同签署页）

(以下页无正文, 仅为合同双方签署页)

委托人 (甲方)	单位名称	北京市市场监督管理局			 合同专用章 或单位公章
	授权代表	李楠 (签章)			
	联系(经办)人	吴雷			
	住所 (通讯地址)	北京市通州区留庄路6号院	邮政编码	101117	
	电话	/	传真	/	
	开户银行	/			
	帐号	/			
受托人 (乙方)	公司名称	北京奇虎科技有限公司			 合同专用章 或单位公章
	授权代表	臧晓龙 (签章)			
	联系(经办)人	高歌			
	住所 (通讯地址)	北京市朝阳区酒仙桥路6号院2号楼1至19层104号内8层801	邮政编码	100010	
	电话	/	传真	/	
	开户银行	招商银行北京建国路支行			
	账号	862684692210001			

受托人 (乙方二)	公司名称	北京信思网络科技有限公司		
	授权代表	刘福军 (签章) 		
	联系(经办)人	李昆		
	住所 (通讯地址)	北京市丰台区草桥东路2号院1号楼5层558室	邮政编码	100070
	电话	/	传真	/
	开户银行	招商银行股份有限公司北京西红门支行		
	帐号	110941651110301		
受托人 (乙方三)	公司名称	北京人民在线网络有限公司		
	授权代表	辛瑞佳 (签章)		
	联系(经办)人	张弛		
	住所 (通讯地址)	北京市朝阳区金台西路2号人民日报社新媒体大厦17层	邮政编码	100733
	电话	/	传真	/
	开户银行	中国光大银行股份有限公司北京建国门支行		
	账号	35050188000120656		



互联网广告与网络交易数据监测及分析服务需求

一、项目简介

（一）项目背景

随着互联网技术的飞速发展，网络广告和交易活动日益频繁。本项目旨在通过先进的监测与分析技术，为采购人提供准确、及时的互联网广告与网络交易数据监测与分析服务。

（二）项目目标及主要内容

1.项目目标

按照《互联网广告抽查监测工作方案》开展互联网广告抽样及重点监测数据的采集与处理；根据实际监管要求对识别模型动态调整，精准识别违法广告及特征；对监测数据提供统计分析，跟踪行业信息并开展分析研究，支撑数据分析研判工作需要；根据监管需要不断优化完善监测策略，促进行业合规发展。

实现网络交易数据的采集与处理，准确识别涉嫌违法问题，不断提升发现新问题的能力，为监管部门提供数据支撑和决策依据。

2. 互联网广告监测及分析主要内容

梳理我市重点广告媒体信息，及时关注北京地区媒体变化情况，构建我市广告监管对象的基本概况。

分类抽样：按照采购人分类抽样要求开展互联网广告分类抽样，每月开展分类抽样数据分析工作。

重点监测：依据分类抽样结果，以提升发现涉嫌违法问题为监测目标，优先对问题突出的涉嫌违法的媒体、行业和监管重点领域的各种形式广告加强监测，识别涉嫌违法问题。每月开展互联网广告重点监测数据分析，分析各媒体、类别涉嫌违法广告数量及问题变化趋势。

专项监测：以发现问题为导向，对广告中的特定问题、重点领域或特定时间段，在全网范围内进行针对性、深入性的监测工作。通过调整采集数量和频次，运用专门的监测模型和智能识别技术，深度挖掘数据背后的风险点和违规行为，定期开展专项数据分析。

数据分析：对监测数据进行统计分析，涵盖监测数量、商品服务类别、变化趋势等信息，每月形成数据情况分析。跟踪行业信息并开展研究，每季度提供行业研究报告。

监测模型稳定运行和持续优化：确保监测模型保持稳定运行，确保日常监测的连续性、稳定性和准确性；专项监测模型根据实际需求、舆情动态及监测分析结果进行灵活调整，对接并解决专项任务中的具体问题。在此基础上，不断优化监测机制，对新类型的广告问题开展监测。同时，保持与监管政策、市场动态的紧密联动，及时调整监测方向与重点。

3.网络交易监测及分析主要内容

通过本项目实现对本市平台上报的平台内经营者名单的比对并补充名单，对完整名单中各平台内经营者在网络交易活动中发生的禁限售、虚假宣传、价格欺诈、侵权假冒等问题开展日常监测，以及对其他监管问题、舆情、专项任务开展

监测并及时响应。结合消费者投诉、市场热点及监管要求，灵活调整监测策略，挖掘数据背后的风险点，精准识涉嫌违法违规问题。对采集的数据进行研判、分析，为监管、执法提供有力数据支撑。

（三）实施期限和地点

时间：自 2026 年 1 月 1 日起至 2026 年 12 月 31 日前完成本采购包的全部工作并通过成果验收。

地点：采购人指定地点。

二、监测及分析需求

（一）互联网广告

1.监测内容

（1）监测范围

1）分类抽样及重点监测范围：主要包括注册地在北京的 PC 端、移动端 APP、公众号、小程序等多个渠道的新闻门户、电商平台、视频平台、搜索引擎、社交网站、企业自有网站等发布的广告。

2）专项监测范围：注册地在北京的重点媒介发布的广告和全国主要媒介上发布的北京主体广告。

3）监测范围摸排及更新：应按照监测任务的范围摸排底数，梳理互联网广告监测媒体以及各媒体广告形式。跟踪媒体变动情况，如发现新增媒体、停止运营媒体、媒体变更运营企业、企业变更注册地等，每半年提交跟踪报告，12 月对互联网广告监测媒体名单进行年度更新。

（2）广告形式

广告形式主要是以图片、文字和音视频等形式发布的搜索、电商、短视频、

信息流、联盟、展示、通栏、悬浮、弹出、精准投放、算法广告等各种广告形式。此外，本项目需按项目用户工作需求对新形式广告做探索性采集工作，例如《互联网广告管理办法》第九条提到的测评类、探店类广告等。其中移动端自媒体应可采集自媒体内容内广告和内容外广告，搜索引擎网站应支持对关键词搜索结果页面和其下级页面的采集。

(3) 采集信息

采集的广告发布基本信息包括但不限于：广告采集量、广告采集时间、广告名称、广告种类、广告发布平台、搜索关键词、人群特征等。

采集的广告发布媒介信息包括但不限于：广告截图、广告发布者名称、发布者网站地址、广告链接入口地址、广告落地页地址、发布主体注册地、发布主体管辖单位等。

采集的广告落地页主体信息包括但不限于：截图、主体名称、主体注册地、主体管辖单位等。

2.监测方式

(1) 分类抽样

按照采购人分类抽样要求进行分类抽样。所有抽样监测媒体应在 5 个自然日内完成一轮次的数据采集更新。采集深度应达到 3 级页面以上的采集深度。

(2) 重点监测

依据分类抽样结果，以提升发现涉嫌违法问题为监测目标，优先对问题突出的涉嫌违法的媒体、行业和监管重点领域的各种形式广告加强监测，识别涉嫌违法问题。运用智能识别技术，举一反三监测发现重点问题，提升问题发现率。

公众号等小型媒体应在 3 个自然日内，抖音、快手等大型媒体应在 5 个自然

日内完成一轮次的数据采集更新。采集深度应达到3级页面以上的采集深度。

(3) 专项监测

需根据工作重点对专项任务建立违法识别模型、完善关键词库、制定采集识别策略，在全网范围内进行搜索采集。根据市场热点、消费者投诉举报、监管政策要求或特定事件等，灵活开展专项监测任务。全年需支持不少于10个专项的数据及材料支撑。具体频次根据专项整治时间确定。专项采集深度应达到3级页面以上的采集深度。

3.监测结果识别

(1) 基本信息识别

对收集到的广告充分应用OCR、NLP、人脸识别、以图搜索、大模型等多种技术手段进行要素解析，通过“技术+人工”的方式，识别并标注商品服务分类、广告位、广告类型等各项基本信息。同时不断调整和完善模型，确保符合质量要求。

(2) 违法及特征识别

依据《广告法》《互联网广告管理办法》等法律法规规章，整合监测需求，通过OCR、NLP、关键词库、大模型等多种技术手段，以“技术+人工”的方式按要求对涉嫌违法问题进行初审，识别违法特征，标注涉嫌违法表现。交付的涉嫌违法广告数据需带有违法问题描述、违法图片违法点标注、违反的法律法规条款等信息并依托分级分类标准对线索进行标识。同时不断细化关键词，训练与优化模型，确保交付的数据符合质量要求。

(3) 去重识别

对同一广告主在相同媒体发布的相同广告素材，对指定时间段内进行数据去

重，去重周期一般为7天。对于专项监测数据等另有特殊去重需要的，根据具体需求进行数据去重处理。

4.数据质量要求

互联网广告数据有效率 $\geq 90\%$ 。有效指判定为广告，数据项齐全，图片清晰可辨，确保数据的可用性。

互联网广告分类抽样数据（包括合法广告、涉嫌违法广告）中涉嫌违法数据的商品服务分类识别准确率 $\geq 80\%$ ，准确指一级商品服务分类准确。同时对合法数据进行商品服务分类，保证分类准确性。

互联网广告涉嫌违法数据准确率 $\geq 80\%$ 。准确指广告发布基本信息、广告发布媒介信息、广告落地页主体信息违法问题描述、违法图片违法点标注、违反的法律法规、分级分类等数据项准确。

定期汇总各类互联网广告案例，通过线下研讨会、线上沟通会等形式深入分析讨论，研判数据问题，提出模型优化方案、监测策略及机制优化方案，确保交付的数据符合质量要求。定期对监测模式的合理性、数据的准确性进行评估，提出问题和优化建议，形成监测质量评估报告。

5.监测数据分析

（1）分类抽样数据分析

根据分类抽样监测数据（包括合法广告、涉嫌违法广告），每月开展互联网广告分类抽样数据分析。分析各媒体平台、行业类别、人群特征的广告合规情况及变化趋势，分析涉嫌违法广告数据的线索数量、媒体平台、行业类别、人群特征、责任主体、违法表现形式等情况及变化趋势。

（2）重点监测数据分析

根据监测结果，每月开展互联网广告重点监测数据分析。分析监测数据的采集数量、线索数量、违法率等情况及变化趋势，分析各媒体平台、行业类别、人群特征、责任主体、违法表现形式等情况、占比及变化趋势。

（3）专项监测数据分析

通过梳理专项要求、监测结果、社会舆情等内容，对特定专项监测模型调整完善。根据专项实际需求，包括报送频率、报送内容等，定期开展专项数据分析。

（4）数据研判分析

运用关联规则挖掘技术，发现广告数据之间的关联性和潜在规律，支撑监管研判需要，为广告监测策略优化提供依据。

（5）其他数据分析

根据监管需要或模板要求，开展相关监测数据分析。

6.行业分析研究

（1）广告行业政策变化分析研究

持续跟踪、梳理和分析影响互联网广告行业的各类政策法规，每季度提交研究报告与专业解读。内容包括不限于：《广告法》《电子商务法》《消费者权益保护法》等与互联网广告行业相关的法律的修订动向及司法解释；国家市场监督管理总局等中央监管机构发布的或征求意见的，对互联网广告行业可能产生影响的部门规章、规范性文件、专项整治行动方案以及监管指导意见等文件的解读；各省、市市场监管部门发布的或征求意见的，监管政策、执法标准、合规指引、容错纠错等文件的解读。

（2）广告行业技术分析研究

发挥技术优势，跟踪、分析互联网广告领域的前沿技术及其对监管工作带来

的挑战，每季度提交研究报告与对策建议。内容包括不限于：互动式、沉浸式、AR/VR等新型广告展示形式的技术原理和内容特点，分析可能存在的监管盲区与取证难点；实时竞价、精准用户画像、程序化购买等广告投放技术的演进，研究千人千面的应对方案；研究因监管收紧而导致的违规广告迁移路径趋势，及时预警新涌现的高风险渠道。

（二）网络交易

1.采集需求

（1）采集范围

上报范围外的北京平台；上报范围内平台内经营者信息；外地平台内经营者信息。

（2）采集内容

1）企业基本信息：包括但不限于营业执照、许可证等证照信息，包括企业名称、统一社会信用代码、住所、经营范围、前置后置许可信息等。

2）交易信息：包括但不限于商品名称、商品类别、所属店铺与平台、店铺链接、商品链接、用户评价等基本交易信息；中心专项监测所需的其他交易信息。

2.违法识别需求

（1）日常监测任务

1）根据北京市平台上报库，对数据库内北京市平台内的禁限售、价格欺诈、侵权假冒等问题开展日常监测。

2）对北京市平台上报的平台内经营者名单进行采集比对工作。比对工作一年内须开展 2 次，需将采集的数据和平台上报的数据进行对比，将采集到的平

台未上报数据以及与采集字段相比格式不一致的数据,认定该平台存在隐瞒不报行为,并将这些店铺信息输出,对比内容包括:平台名称、主体名称、信用代码、店铺名称等。每次比对工作应于各平台完成上报后3个工作日内启动,并于启动后4个工作日内完成比对工作。比对结束后应产出比对数据情况报告。报告内容根据采购人要求应包括但不限于各平台采集数量、各平台隐瞒不报的店铺数量等。

3) 证照信息监测。依据完整版平台内经营者名单监测其在销售相关商品过程中是否按规定展示《出版物经营许可证》、《食品经营许可证》、《药品经营许可证》等。是否存在超范围经营,例如销售保健食品等特殊食品,未在《食品经营许可证》上备注等问题,采集完成后需与客体数据库内数据进行比对去重,并于每月第3个工作日前将数据更新至平台经济系统,每月更新不少于30条。

(2) 专项监测任务

根据监管要求或突发舆情的情况,开展专项监测。对各任务进行分析和策略制定,依据专项任务要求的关键词根、风险图片等条件运用AI技术建立专项模型,采集网络交易信息。全年需支持不少于10个专项的数据及材料支撑。

3. 数据统计分析

(1) **数据统计**。根据监管工作需要,依据数据分析报告模板提供数据支撑,并及时响应。

(2) **分析研究**。定期对数据识别的准确性、分级分类等情况开展研究,形成研究报告,提高监测效能和水平。

(3) **年度总结报告**。提供年度总结报告,报告内容需对需求文档中各项需求完成情况进行总结。

4.监测机制优化

(1) **模型优化。**建立模型反馈优化调整机制。每月初对上个月监测数据结果进行分析,针对当月监测存在的问题,与需求方开展研讨,通过优化模型等方式,提升问题发现率和监测准确性。下一月对模型优化效果进行评估并不断改进。

(2) **分级分类处理。**综合违法情况等因素对平台内经营者做风险评估,并定期更新风险等级,依据风险等级对平台内经营者进行分级分类处理,加强对高风险主体的监测。

5.数据质量

确保网络交易数据有效率达到 90% 以上,即采集到的网络交易行为数据对应客体均在北京市各平台上报的平台内经营者名单内,且数据项准确无误,图片清晰可辨,确保数据的可用性和可靠性。针对采购人指定行业类别或专项任务提供数据的识别准确率应达到 80% 以上。

定期对数据质量进行评估与需求方共同研判,依据研判结果和网络交易新变化,持续优化数据采集、识别技术,提升数据质量和服务水平。定期对网络交易日常监测及专项监测产出的数据做质量评估,提出问题和优化建议,形成监测质量评估报告。

三、数据处理、传输与存储

提供的监测数据应能够导入指定系统,完成与指定系统的对接工作,能够实现正常自动传输及使用,与系统充分兼容。采集的原始数据(包括:重点监测每月不少于 2700 万条及专项采集数据)以及经处理产生的结构化数据,无论涉嫌违法还是合法,应至少留存一年,并能根据需要随时提供。

应保证分类抽样广告明细数据(包括合法广告、涉嫌违法广告)的采集时间

与传输的时间间隔不得超过 5 个工作日。

完成采集后,乙方应保证每个工作日交付新产生的涉嫌违法广告数据,并尽快交付给采购人,广告数据的采集时间与传输的时间间隔最长不得超过 3 个工作日。其中,应按要求均衡推送各种形式广告。

完成采集后,乙方应尽快交付网络交易监测数据结果,日常监测数据采集时间与传输的时间间隔最长不得超过 3 个工作日,专项监测任务按专项工作需求时间交付。

四、产出成果

(一) 广告产出成果

1. 互联网广告分类抽样设计明细表 1 份。
2. 每月交付互联网广告分类抽样明细数据(包括合法广告、涉嫌违法广告)
 ≥ 200 万条。
3. 年交付涉嫌违法互联网广告线索数量 ≥ 60000 条。
4. 开展互联网广告专项监测任务 ≥ 10 次。
5. 监测媒体运营状态跟踪报告 2 份。
6. 互联网广告分类抽样监测情况报告 12 份。
7. 互联网广告重点监测情况报告 12 份。
8. 广告行业政策变化分析研究报告 4 份。
9. 广告行业技术分析研究报告 4 份。

(二) 网络交易产出成果

1. 年采集更新平台内网店商品或服务数量 ≥ 100 万个。
2. 年开展网络交易专项监测任务 ≥ 10 次。

3. 网络交易全年总结报告 1 份。
4. 网络交易专题分析报告≥4 份。

五、数据安全

数据加密：所有采集、存储和传输的数据必须进行加密处理，确保数据在传输过程中不被窃取或篡改。

数据删除及修改要求：

1. 投标方提交的所有数据（含原始数据、分析报告及衍生数据），未经采购人书面许可，严禁以任何形式进行删除、修改、替换或篡改。
2. 若因数据校验等特殊情况需调整数据，投标方须提前向采购人提交书面申请，明确修改原因、范围及方式，经采购人书面审批通过后方可操作，且需留存修改记录备查。
3. 凡未经许可擅自对提交数据进行删除或修改的，采购人有权视情节追究投标方责任，由此造成的一切损失由投标方承担。

六、功能、应用场景、目标等基本要求

1.数据应用解决方案

功能、应用场景、目标等基本要求：对采集、识别策略和产出数据结果进行汇总分析。与指定系统的数据结构、统计维度充分匹配，支撑数据统计数据分析等业务工作。

2.在数据服务中 AI 技术应用方案

使用 AI 模型，提升监测准确性和效能。在投标方案中，供应商必须单独成章，详细阐述 AI 应用解决方案，包括但不限于：AI 技术架构，模型、算法及选型理由，模型性能测试结果，模型持续迭代优化机制，数据安全机制，成功案例。

3.进度保障组织方案

功能、应用场景、目标：乙方应制定合理可行的进度保障组织方案，通过优化组织程序，提高工作效率、加强进度控制保障等多种手段，确保项目能按期完成。

4.质量保证解决方案

功能、应用场景、目标：乙方应制定合理可行的质量保证解决方案，通过制度、辅助措施等手段，确保各项服务能保质保量完成。

5.保密措施解决方案

功能、应用场景、目标等基本要求：乙方应制定保密措施解决方案，与项目相关工作人员签署保密协议，确保项目团队对项目执行中所获知信息保密。

七、技术及团队要求

项目支持团队：组建包含算法工程师、数据工程师、前端开发工程师、后端开发工程师、测试工程师等在内的专业项目团队。

项目文档支持：提供包括需求分析、技术选型、开发实现、测试验证、部署上线、运维支持等各个阶段的文档、时间节点和责任人。

技术支持与运维：提供 7x24 小时的技术支持和运维服务。

互联网广告与网络交易数据监测及分析服务 乙方联合协议



CLM-QH-R-202512-1015

3、本项目的特定资格要求（如有）

3-1 联合协议（如有）

联合协议

北京奇虎科技有限公司、北京信思网络科技有限公司及北京人民在线网络有限公司就“互联网数据统计及分析项目（项目名称）”05包：互联网广告与网络交易数据监测及分析服务（如划分采购包，填写包号；否则无需填写）采购项目，经各方充分协商一致，达成如下协议：

一、由北京奇虎科技有限公司牵头，北京信思网络科技有限公司、北京人民在线网络有限公司参加，组成联合体共同参与本包采购活动。

二、联合体中标/成交后，联合体各方共同与采购人签订合同，就采购合同约定的事项对采购人承担连带责任。

三、联合体各方均同意由牵头人代表其他联合体成员单位按采购文件要求出具授权委托书。

四、牵头人为项目的总负责单位；组织各参加方进行项目实施工作。

五、北京奇虎科技有限公司负责（1）互联网广告监测及分析中分类抽样、重点监测、监测模型稳定运行和持续优化（2）网络交易监测及分析中，对本市平台上报的平台内经营者名单的比对并补充名单，对完整名单中各平台内经营者在网络交易活动中发生的禁限售、虚假宣传、价格欺诈、侵权假冒等问题开展日常监测。具体工作范围、内容以投标/响应文件及合同为准。

六、北京信思网络科技有限公司负责（1）互联网广告监测及分析中



专项监测；(2) 网络交易监测及分析中对本市平台上报的平台内经营者名单的比对并补充名单,对完整名单中各平台内经营者在网络交易活动中发生的禁限售、虚假宣传、价格欺诈、侵权假冒等问题及其他监管问题、舆情、专项任务开展监测并及时响应,结合消费者投诉、市场热点及监管要求,灵活调整监测策略,挖掘数据背后的风险点,精准识涉嫌违法违规问题。对采集的数据进行研判、分析,为监管、执法提供有力数据支撑具体工作范围、内容以投标/响应文件及合同为准。

七、北京人民在线网络有限公司负责(1) 广告行业政策变化分析、(2) 广告行业技术分析研究,具体工作范围、内容以投标/响应文件及合同为准。

八、本包联合协议合同总额为 1220000.00 元,联合体各成员按照如下比例分摊(按联合体成员分别列明):

(1) 北京奇虎科技有限公司为 ☐大型企业 ☒中型企业、☐小微企业(包含监狱企业、残疾人福利性单位)、☐其他,合同金额为 854000.00 元;

(2) 北京信思网络科技有限公司为 ☐大型企业 ☐中型企业、☒小微企业(包含监狱企业、残疾人福利性单位)、☐其他,合同金额为 244000.00 元;

(3) 北京人民在线网络有限公司为 ☒大型企业 ☐中型企业、☐小微企业(包含监狱企业、残疾人福利性单位)、☐其他,合同金额为 122000.00 元。



九、以联合体形式参加政府采购活动的，联合体各方不得再单独参加或者与其他供应商另外组成联合体参加同一合同项下的政府采购活动。

十、其他约定（如有）：无。

本协议自各方盖章后生效，采购合同履行完毕后自动失效。如未中标/成交，本协议自动终止。

联合体牵头人名称：北京奇虎科技有限公司

盖章：_____

联合体成员名称：北京信思网络科技有限公司

盖章：_____

联合体成员名称：北京人民在线网络有限公司

盖章：_____

日期：2025 年 12 月 24 日

注：

- 1、本联合协议应按包分别提交。
- 2、如本项目（包）接受供应商以联合体形式参加采购活动，且供应商以联合体形式参与时，须提供《联合协议》，否则投标/响应无效。
- 3、联合体各方成员须在本协议上共同盖章。



附件：服务内容

三、技术要求

1. 基本要求

1.1 采购标的需实现的功能或者目标

按照《互联网广告抽查监测工作方案》开展互联网广告抽样及重点监测数据的采集与处理；根据实际监管要求对识别模型动态调整，精准识别违法广告及特征；对监测数据提供统计分析，跟踪行业信息并开展分析研究，支撑数据分析研判工作需要；根据监管需要不断优化完善监测策略，促进行业合规发展。

实现网络交易数据的采集与处理，准确识别涉嫌违法问题，不断提升发现新问题的能力，为监管部门提供数据支撑和决策依据。

1.2 需执行的国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范

按照国家相关法律、法规、标准与导则执行，如有更新以最新国家或行业标准执行。

2. 服务内容及要求

2.1 服务内容

2.1.1 互联网广告监测及分析主要内容

梳理我市重点广告媒体信息，及时关注北京地区媒体变化情况，构建我市广告监管对象的基本概况。

分类抽样：按照采购人分类抽样要求开展互联网广告分类抽样，每月开展分类抽样数据分析工作。



重点监测：依据分类抽样结果，以提升发现涉嫌违法问题为监测目标，优先对问题突出的涉嫌违法的媒体、行业和监管重点领域的各种形式广告加强监测，识别涉嫌违法问题。每月开展互联网广告重点监测数据分析，分析各媒体、类别涉嫌违法广告数量及问题变化趋势。

专项监测：以发现问题为导向，对广告中的特定问题、重点领域或特定时间段，在全网范围内进行针对性、深入性的监测工作。通过调整采集数量和频次，运用专门的监测模型和智能识别技术，深度挖掘数据背后的风险点和违规行为，定期开展专项数据分析。

数据分析：对监测数据进行统计分析，涵盖监测数量、商品服务类别、变化趋势等信息，每月形成数据情况分析。跟踪行业信息并开展研究，每季度提供行业研究报告。

监测模型稳定运行和持续优化：确保监测模型保持稳定运行，确保日常监测的连续性、稳定性和准确性；专项监测模型根据实际需求、舆情动态及监测分析结果进行灵活调整，对接并解决专项任务中的具体问题。在此基础上，不断优化监测机制，对新类型的广告问题开展监测。同时，保持与监管政策、市场动态的紧密联动，及时调整监测方向与重点。

2.1.2 网络交易监测及分析主要内容

通过本项目实现对本市平台上报的平台内经营者名单的比对并补充名单，对完整名单中各平台内经营者在网络交易活动中发生的禁限售、虚假宣传、价格欺诈、侵权假冒等问题开展日常监测，以及对其他监管问题、舆情、专项任务开展监测并及时响应。结合消费者投



诉、市场热点及监管要求，灵活调整监测策略，挖掘数据背后的风险点，精准识涉嫌违法违规问题。对采集的数据进行研判、分析，为监管、执法提供有力数据支撑。

2.2 服务要求

2.2.1 监测及分析需求

2.2.1.1 互联网广告

2.2.1.1.1 监测内容

(1) 监测范围

1)分类抽样及重点监测范围:主要包括注册地在北京的 PC 端、移动端 APP、公众号、小程序等多个渠道的新闻门户、电商平台、视频平台、搜索引擎、社交网站、企业自有网站等发布的广告。

2)专项监测范围:注册地在北京的重点媒介发布的广告和全国主要媒介上发布的北京主体广告。

3)监测范围摸排及更新:应按照监测任务的范围摸排底数,梳理互联网广告监测媒体以及各媒体广告形式。跟踪媒体变动情况,如发现新增媒体、停止运营媒体、媒体变更运营企业、企业变更注册地等,每半年提交跟踪报告,12 月对互联网广告监测媒体名单进行年度更新。

(2) 广告形式

广告形式主要是以图片、文字和音视频等形式发布的搜索、电商、短视频、信息流、联盟、展示、通栏、悬浮、弹出、精准投放、算法广告等各种广告形式。此外,本项目需按项目用户工作要求对新形式



广告做探索性采集工作，例如《互联网广告管理办法》第九条提到的测评类、探店类广告等。其中移动端自媒体应可采集自媒体内容内广告和内容外广告，搜索引擎网站应支持对关键词搜索结果页面和其下级页面的采集。

（3）采集信息

采集的广告发布基本信息包括但不限于：广告采集量、广告采集时间、广告名称、广告种类、广告发布平台、搜索关键词、人群特征等。

采集的广告发布媒介信息包括但不限于：广告截图、广告发布者名称、发布者网站地址、广告链接入口地址、广告落地页地址、发布主体注册地、发布主体管辖单位等。

采集的广告落地页主体信息包括但不限于：截图、主体名称、主体注册地、主体管辖单位等。

2.2.1.1.2 监测方式

（1）分类抽样

按照采购人分类抽样要求进行分类抽样。所有抽样监测媒体应在 5 个自然日内完成一轮次的数据采集更新。采集深度应达到 3 级页面以上的采集深度。

（2）重点监测

依据分类抽样结果，以提升发现涉嫌违法问题为监测目标，优先对问题突出的涉嫌违法的媒体、行业和监管重点领域的各种形式广告加强监测，识别涉嫌违法问题。运用智能识别技术，举一反三监测发



现重点问题，提升问题发现率。

公众号等小型媒体应在 3 个自然日内，抖音、快手等大型媒体应在 5 个自然日内完成一轮次的数据采集更新。采集深度应达到 3 级页面以上的采集深度。

（3）专项监测

需根据工作重点对专项任务建立违法识别模型、完善关键词库、制定采集识别策略，在全网范围内进行搜索采集。根据市场热点、消费者投诉举报、监管政策要求或特定事件等，灵活开展专项监测任务。全年需支持不少于 10 个专项的数据及材料支撑。具体频次根据专项整治时间确定。专项采集深度应达到 3 级页面以上的采集深度。

2.2.1.1.3 监测结果识别

（1）基本信息识别

对收集到的广告充分应用 OCR、NLP、人脸识别、以图搜索、大模型等多种技术手段进行要素解析，通过“技术+人工”的方式，识别并标注商品服务分类、广告位、广告类型等各项基本信息。同时不断调整和完善模型，确保符合质量要求。

（2）违法及特征识别

依据《广告法》《互联网广告管理办法》等法律法规规章，整合监测需求，通过 OCR、NLP、关键词词库、大模型等多种技术手段，以“技术+人工”的方式按要求对涉嫌违法问题进行初审，识别违法特征，标注涉嫌违法表现。交付的涉嫌违法广告数据需带有违法问题描述、违法图片违法点标注、违反的法律法规条款等信息并依托分级分



类标准对线索进行标识。同时不断细化关键词，训练与优化模型，确保交付的数据符合质量要求。

(3) 去重识别

对同一广告主在相同媒体发布的相同广告素材，对指定时间段内进行数据去重，去重周期一般为 7 天。对于专项监测数据等另有特殊去重需要的，根据具体需求进行数据去重处理。

2.2.1.1.4 数据质量要求

互联网广告数据有效率 $\geq 90\%$ 。有效指判定为广告，数据项齐全，图片清晰可辨，确保数据的可用性。

互联网广告分类抽样数据（包括合法广告、涉嫌违法广告）中涉嫌违法数据的商品服务分类识别准确率 $\geq 80\%$ ，准确指一级商品服务分类准确。同时对合法数据进行商品服务分类，保证分类准确性。

互联网广告涉嫌违法数据准确率 $\geq 80\%$ 。准确指广告发布基本信息、广告发布媒介信息、广告落地页主体信息违法问题描述、违法图片违法点标注、违反的法律法规、分级分类等数据项准确。

定期汇总各类互联网广告案例，通过线下研讨会、线上沟通会等形式深入分析讨论，研判数据问题，提出模型优化方案、监测策略及机制优化方案，确保交付的数据符合质量要求。定期对监测模式的合理性、数据的准确性进行评估，提出问题和优化建议，形成监测质量评估报告。

2.2.1.1.5 监测数据分析

(1) 分类抽样数据分析



根据分类抽样监测数据（包括合法广告、涉嫌违法广告），每月开展互联网广告分类抽样数据分析。分析各媒体平台、行业类别、人群特征的广告合规情况及变化趋势，分析涉嫌违法广告数据的线索数量、媒体平台、行业类别、人群特征、责任主体、违法表现形式等情况及变化趋势。

（2）重点监测数据分析

根据监测结果，每月开展互联网广告重点监测数据分析。分析监测数据的采集数量、线索数量、违法率等情况及变化趋势，分析各媒体平台、行业类别、人群特征、责任主体、违法表现形式等情况、占比及变化趋势。

（3）专项监测数据分析

通过梳理专项要求、监测结果、社会舆情等内容，对特定专项监测模型调整完善。根据专项实际需求，包括报送频率、报送内容等，定期开展专项数据分析。

（4）数据研判分析

运用关联规则挖掘技术，发现广告数据之间的关联性和潜在规律，支撑监管研判需要，为广告监测策略优化提供依据。

（5）其他数据分析

根据监管需要或模板要求，开展相关监测数据分析。

2.2.1.1.6 行业分析研究

（1）广告行业政策变化分析研究

持续跟踪、梳理和分析影响互联网广告行业的各类政策法规，每



季度提交研究报告与专业解读。内容包括不限于：《广告法》《电子商务法》《消费者权益保护法》等与互联网广告行业相关的法律的修订动向及司法解读；国家市场监管总局等中央监管机构发布的或征求意见的，对互联网广告行业可能产生影响的部门规章、规范性文件、专项整治行动方案以及监管指导意见等文件的解读；各省、市市场监管部门发布的或征求意见的，监管政策、执法标准、合规指引、容错纠错等文件的解读。

（2）广告行业技术分析研究

发挥技术优势，跟踪、分析互联网广告领域的前沿技术及其对监管工作带来的挑战，每季度提交研究报告与对策建议。内容包括不限于：互动式、沉浸式、AR/VR 等新型广告展示形式的技术原理和内容特点，分析可能存在的监管盲区与取证难点；实时竞价、精准用户画像、程序化购买等广告投放技术的演进，研究千人千面的应对方案；研究因监管收紧而导致的违规广告迁移路径趋势，及时预警新涌现的高风险渠道。

2.2.1.2 网络交易

2.2.1.2.1 采集需求

（1）采集范围

上报范围外的北京平台；上报范围内平台内经营者信息；外地平台内经营者信息。

（2）采集内容

1) 企业基本信息：包括但不限于营业执照、许可证等证照信息，



包括企业名称、统一社会信用代码、住所、经营范围、前置后置许可信息等。

2) 交易信息：包括但不限于商品名称、商品类别、所属店铺与平台、店铺链接、商品链接、用户评价等基本交易信息；中心专项监测所需的其他交易信息。

2.2.1.2.2 违法识别需求

(1) 日常监测任务

1) 根据北京市平台上报库，对数据库内北京市平台内的禁限售、价格欺诈、侵权假冒等问题开展日常监测。

2) 对北京市平台上报的平台内经营者名单进行采集比对工作。比对工作一年内须开展 2 次，需将采集的数据和平台上报的数据进行对比，将采集到的平台未上报数据以及与采集字段相比格式不一致的数据，认定该平台存在隐瞒不报行为，并将这些店铺信息输出，对比内容包括：平台名称、主体名称、信用代码、店铺名称等。每次比对工作应于各平台完成上报后 3 个工作日内启动，并于启动后 4 个工作日内完成比对工作。比对结束后应产出比对数据情况报告。报告内容根据采购人要求应包括但不限于各平台采集数量、各平台隐瞒不报的店铺数量等。

3) 证照信息监测。依据完整版平台内经营者名单监测其在销售相关商品过程中是否按规定展示《出版物经营许可证》、《食品经营许可证》、《药品经营许可证》等。是否存在超范围经营，例如销售保健食品等特殊食品，未在《食品经营许可证》上备注等问题，采集完成



后需与客体数据库内数据进行比对去重，并于每月第三个工作日前将数据新至平台经济系统，每月更新不少于 30 条。

(2) 专项监测任务

根据监管要求或突发舆情的情况，开展专项监测。对各任务进行分析 and 策略制定，依据专项任务要求的关键词根、风险图片等条件运用 AI 技术建立专项模型，采集网络交易信息。全年需支持不少于 10 个专项的数据及材料支撑。

2.2.1.2.3 数据统计分析

(1) 数据统计。根据监管工作需要，依据数据分析报告模板提供数据支撑，并及时响应。

(2) 分析研究。定期对数据识别的准确性、分级分类等情况开展研究，形成研究报告，提高监测效能和水平。

(3) 年度总结报告。提供年度总结报告，报告内容需对需求文档中各项需求完成情况进行总结。

2.2.1.2.4 监测机制优化

(1) 模型优化。建立模型反馈优化调整机制。每月初对上个月监测数据结果进行分析，针对当月监测存在的问题，与需求方开展研讨，通过优化模型等方式，提升问题发现率和监测准确性。下一月对模型优化效果进行评估并不断改进。

(2) 分级分类处理。综合违法情况等因素对平台内经营者做风险评估，并定期更新风险等级，依据风险等级对平台内经营者进行分级分类处理，加强对高风险主体的监测。



2.2.1.2.5 数据质量

确保网络交易数据有效率达到 90% 以上，即采集到的网络交易行为数据对应客体均在北京市各平台上报的平台内经营者名单内，且数据项准确无误，图片清晰可辨，确保数据的可用性和可靠性。针对采购人指定行业类别或专项任务提供数据的识别准确率应达到 80% 以上。

定期对数据质量进行评估与需求方共同研判，依据研判结果和网络交易新变化，持续优化数据采集、识别技术，提升数据质量和服务水平。定期对网络交易日常监测及专项监测产出的数据做质量评估，提出问题和优化建议，形成监测质量评估报告。

2.2.2 数据处理、传输与存储

提供的监测数据应能够导入指定系统，完成与指定系统的对接工作，能够实现正常自动传输及使用，与系统充分兼容。采集的原始数据（包括：重点监测每月不少于 2700 万条及专项采集数据）以及经处理产生的结构化数据，无论涉嫌违法还是合法，应至少留存一年，并能根据需要随时提供。

应保证分类抽样广告明细数据（包括合法广告、涉嫌违法广告）的采集时间与传输的时间间隔不得超过 5 个工作日。

完成采集后，乙方应保证每个工作日交付新产出的涉嫌违法广告数据，并尽快交付给采购人，广告数据的采集时间与传输的时间间隔最长不得超过 3 个工作日。其中，应按要求均衡推送各种形式广告。



完成采集后，乙方应尽快交付网络交易监测数据结果，日常监测数据采集时间与传输的时间间隔最长不得超过 3 个工作日，专项监测任务按专项工作需求时间交付。

2.2.3 产出成果

2.2.3.1 广告产出成果

- 1、互联网广告分类抽样设计明细表 1 份。
- 2、每月交付互联网广告分类抽样明细数据（包括合法广告、涉嫌违法广告） ≥ 200 万条。
- 3、年交付涉嫌违法互联网广告线索数量 ≥ 60000 条。
- 4、开展互联网广告专项监测任务 ≥ 10 次。
- 5、监测媒体运营状态跟踪报告 2 份。
- 6、互联网广告分类抽样监测情况报告 12 份。
- 7、互联网广告重点监测情况报告 12 份。
- 8、广告行业政策变化分析研究报告 4 份。
- 9、广告行业技术分析研究报告 4 份。

2.2.3.2 网络交易产出成果

- 1、年采集更新平台内网店商品或服务数量 ≥ 100 万个。
- 2、年开展网络交易专项监测任务 ≥ 10 次。
- 3、网络交易全年总结报告 1 份。
- 4、网络交易专题分析报告 ≥ 4 份。

2.2.4 数据安全

数据加密：所有采集、存储和传输的数据必须进行加密处理，确



保数据在传输过程中不被窃取或篡改。

数据删除及修改要求：

- 1、投标方提交的所有数据（含原始数据、分析报告及衍生数据），未经采购人书面许可，严禁以任何形式进行删除、修改、替换或篡改。
- 2、若因数据校验等特殊情况需调整数据，投标方须提前向采购人提交书面申请，明确修改原因、范围及方式，经采购人书面审批通过后方可操作，且需留存修改记录备查。
- 3、凡未经许可擅自对提交数据进行删除或修改的，采购人有权视情节追究投标方责任，由此造成的一切损失由投标方承担。



附件三

项目分项报价表

项目编号/包号：2541STC65311/05

项目名称：互联网广告与网络交易数据监测及分析服务项目

报价单位：人民币元

序号	分项名称	单价（元）	数量	合价（元）	备注/说明
1	互联网广告监测及分析	800000.00	1	800000.00	无
2	网络交易监测及分析	420000.00	1	420000.00	无
总价（元）			2	1220000.00	无

注：

- 1.本表应按包分别填写。
- 2.如果不提供分项报价表将视为没有实质性响应招标文件。
- 3.上述各项的详细规格（如有），可另页描述。

乙方名称（加盖公章）：北京奇虎科技有限公司、北京信思网络科技有限公司、北京人民在线网络有限公司联合体

附件四

项目组技术人员名单

拟担任 职务、分工	姓名	职称	专业	从业资格	相关工作 年限
北京奇虎科技有限公司					
研发	王韬	无	网络工程	无	10 年
研发	何丙南	无	计算机科学与技术	无	18 年
研发	尚晓岩	无	计算机软件与理论	无	12 年
研发	史雯婷	无	计算机科学与技术	无	10 年
研发	刘志祥	无	计算机应用技术	无	19 年
研发	暴洁	无	计算机软件与理论	无	10 年
研发	杨孝成	无	计算机应用技术	无	10 年
研发	韩玉兰	无	计算机应用技术	无	9 年
研发	于道森	无	计算机技术领域	无	18 年
研发	周明杰	无	计算机科学与技术	无	18 年
研发	张大年	无	计算机科学与技术	无	15 年
研发	李晖	无	计算机应用技术	无	18 年
研发	王世伟	无	计算机软件与理论	无	9 年
研发	王绪旭	无	计算机科学与技术	无	12 年
研发	孔凡静	无	计算机应用技术	无	16 年

研发	曹恺	无	计算机应用技术	无	18 年
研发	孙海伟	无	计算机科学与技术	无	19 年
研发	尤正岩	无	计算机科学与技术	无	9 年
研发	田龙	无	计算机科学与技术	无	11 年
研发	周权威	无	计算机技术领域工程	无	4 年
研发	罗宗海	无	计算机技术	无	4 年
研发	黄泽涛	无	计算机应用技术	无	5 年
研发	敖吉	无	计算机技术	无	3 年
研发	李海峰	无	计算机系统结构	无	15 年
北京信思网络科技有限公司					
研发	王贵琪	无	计算机应用技术	无	10 年
研发	张晓龙	无	计算机科学与技术	无	8 年
研发	范英新	无	计算机科学与技术	无	9 年
数据分析师	刘莎	无	资源经济学	无	8 年
数据分析师	李佳	无	项目管理	无	7 年
项目对接人	赵萌萌	无	教育管理	无	7 年
北京人民在线网络有限公司					
舆情专家	孟竹	高级网络舆情分析师、新闻编辑	对外汉语	高级网络舆情分析师、新闻编辑	12 年

主任舆情分析师	朱玲娟	高级网络舆情分析师、新闻编辑	公共管理	高级网络舆情分析师、新闻编辑	11 年
主任舆情分析师	李杨	网络舆情分析师	新闻学	网络舆情分析师	10 年
主任舆情分析师	李扬	无	新闻与传播	无	6 年
主任舆情分析师	屈俊美	新闻助理编辑	新闻学	新闻助理编辑	22 年

08
11

11

11