会员系统采购与功能定制开发合同

甲　方：国家大剧院

乙　方：杭州数云信息技术有限公司

签订地点：北京市西城区西长安街2号

签订时间：2026 年 10 月 12 日

会员系统采购与功能定制开发

合同文件目录

一、合同正文

第一条 采购和开发内容、范围及要求
第二条 项目开发计划
第三条 系统采购
第四条 功能定制化开发
第五条 售后服务
第六条 预留非功能性需求章节
第七条 项目工作要求
第八条 合同付款
第九条 履行期限、地点和方式
第十条 双方权利、义务和责任

二、合同附件

第一条 会员系统采购与功能定制开发项目履约验收方案

会员系统采购与功能定制开发合同正文

合同签约甲方：国家大剧院　　（以下简称“甲方”）
项目人：　王敏
通讯地址：北京市西城区西长安街 2 号
电话：010-66550504
邮箱:wangmin@chncpa.org

合同签约乙方：　杭州数云信息技术有限公司　（以下简称“乙方”）
项目负责人：　严艳会
通讯地址：浙江省杭州市西湖区文三路 478 号华星时代广场 A 座 1902 号
电话：18806665805
邮箱：yanhui.yan@shuyun.com

依据《中华人民共和国民法典》的规定，合同双方就 会员系统采购与功能定制开发项目的技术开发经协商一致，签订本合同。

国家大剧院会员系统采购与功能定制开发中所需会员系统采购与功能定制开发经北京市京发招标有限公司以 11000026210200182067-XM001 号采购文件在国内公开招投标采购。经评审小组评定杭州数云信息技术有限公司为乙方。买、卖双方同意按照下面的条款和条件，签署本合同。

下列文件构成本合同的组成部分，应该认为是一个整体，彼此相互解释，相互补充。为便于解释，组成合同的多个文件的优先支配地位的次序如下：

a. 本合同书
b. 成交通知书
c. 响应文件
d. 采购文件

第一条 采购和开发内容、范围及要求

一、采购会员系统

一体化会员运营管理平台，该产品需包含以下主要功能模块和技术拓展能力：

（一）会员忠诚度管理，可支撑剧院会员体系创新改进和发展（CRM）。

（二）数据运营中台，可管理运营全域会员数据等，可进行卡券、储值等资产管理（CDP）；

（三）全流程营销自动化工具，全面触达全域客户（MA）；

（四）全维度数据分析、报表等能力（BI 或其他工具）；

（五）该系统需具备极高的拓展性，易用性，可通过灵活配置实现常规功能变更等。

二、功能定制化开发

（一）定制搭建数据底座和功能模块，实现全域用户数据统一管理、运营、分析等；

（二）定制搭建会员中心和积分商城小程序等 SCRM 私域前端。

第二条 项目开发计划

一、项目概述

随着会员业务的持续发展，用户对购票体验、会员服务、剧院智能化等需求不断提升。现有会员系统在优先购、权益使用、实时反馈、会员互动、数据管理、以及运营效率等方面存在优化空间。为进一步提升会员服务能力，满足业务增长需求，需依托先进的融合型会员管理系统，包含 CRM（会员忠诚 度管理）、CDP（客户数据管理）、MA（自动化营销）等的模块化系统，实现国家大剧院、北京艺术中心、台湖舞美艺术中心多场馆统一会员运营，打通官网、公众号、小程序、门店 POS、公域电商（京东、小红书、天猫、抖音、美团）全渠道用户数据，搭建全渠道会员统一运营中心，统一管理会员、订单、营销、数据洞察，实现私域 SCRM、公域电商打通、全域用户数据整合，支撑精细化会员运营、自动化营销、数据可视化分析等。

二、项目要求

（一）服务时间

2027 年 6 月 30 日系统交付。

（二）服务地点

1. 北京市西城区西长安街 2 号；

2．北京市通州区绿心路 1 号院 1 号楼、2 号楼；

3．北京市通州区台湖西路 6 号。

（三）质保期（售后维保期）

自最终验收合格之日起算，免费质保期（售后维保期） 2 年。

（四）法律法规

乙方应严格遵守中华人民共和国相关的法律法规。乙方在服务期间如出现违反中华人民共和国相关的法律法规的行为，后果由乙方自行承担，甲方可终止合同，并保留追究乙方责任的权利。

第三条 系统采购

一、产品化采购

采购会员系统（一体化会员运营平台，含 CRM+CDP+MA+BI 等）产品，该产品需包含以下主要功能模块和技术拓展能力：

（一）会员忠诚度管理模块，可支撑剧院会员体系创新改进和发展（CRM）；

（二）数据运营中台，可管理运营全域会员数据等，可进行卡券、储值等资产管理（CDP）；

（三）全流程营销自动化工具，全面触达全域客户（MA）；

（四）全维度数据分析、报表等模块（BI 或其他工具）；

（五）该系统需具备极高的拓展性，易用性，可通过灵活配置实现常规功能变更等。

第四条 功能定制化开发

定制搭建数据底座和功能模块，实现全域用户数据统一管理、运营、分析等；定制搭建会员中心和积分商城小程序等 SCRM 私域前端，可对接官方微信服务号等。

一、数据架构

（一）前端业务触点层：票务系统、官网、公众号、小程序、客服、线下门店 POS、短信、邮件、公域电商等；

（二）全渠道运营中心层：统一会员管理、统一订单管理；包含全渠道 CRM、私域 SCRM、CDP 组件、MA 营销自动化、BI 数据洞察等；

（三）建立统一会员数据底座层：分布式缓存、分布式微服务、分布式数据库、低代码平台；底层数据支持对接票务平台、营销平台、客服平台、广告监测平台等；

（四）对外输出层：全面支持会员相关信息和数据在官网、微信、小程序、会员中心和积分商城等前端的呈现展示；会员相关信息和数据可实时支撑票务、财务、客服、门店、三方合作商等后台运营端。

二、系统和数据对接

（一）完成国家大剧院现有会员系统、资源管理系统等相关数据整理清洗、完整迁移；

（二）对接国家大剧院官网、票务系统、财务系统、客服系统、会员中心和积分商城小程序；

（三）对接“国家大剧院智慧管家”账号名下微信服务号、微信小程序，“国家大剧院”账号名下微信服务号、微信小程序等；

（四）对接国家大剧院“一院三址”线下各自营门店 POS，国家大剧院本部停车场等；

（五）对接“国家大剧院智慧管家”抖音小程序、小红书小程序等；

一期建设完成后，将进一步对接以下平台的相关数据（费用及具体内容双方另行签署书面协议确认）：

（六）对接“国家大剧院”名下的其他 APP、自媒体平台、店铺等；

（七）对接监测平台数据；

（八）对接国家大剧院赞助商和第三方合作商等系统数据；

（九）完成官网、小程序等渠道的数据埋点。

三、技术服务底座

（一）基础数据管理功能

功能点	功能详细描述
数据模型管理	1. 提供可视化逻辑模型设计；2. 支撑差异化业务场景；3. 可扩展的统一数据底座。
数据流管理	1. 内外数据稳定对接；2. 跨模块数据流转；3. 数据具一致性；4. 数据处理高效准确。
事件服务	1. 会员状态变更、消息通知、业务事件触发等。
系统管理	1. 自定义菜单配置；2. 企业组织层级架构管理；3. 后台账号增删改、

功能点	功能详细描述
	角色权限分配等。

（二）会籍管理功能

功能点	功能详细描述
会员方案管理	1. 全渠道统一会员唯一识别码，身份管理；2. 入会渠道、基础属性、跨渠道合并等可自主配置；3. 黑名单管理方案；4. 账号变更、注销方案；5. 会员实名认证、学生认证方案。
会员 360 视图	1. 会员基础信息、交易订单、等级积分、券、互动记录等全维度统一档案；2. 支持自定义页面 Tab 配置。
会员特殊操作	1. 支持人工合并会员、解绑渠道会员等；2. 支持会员身份、权益、积分等手动调整和异常处理功能。

（三）忠诚度管理

功能点	功能详细描述
忠诚度管理	具备单品牌多积分、多品牌单积分等多种搭配的会员等级和积分架构配置。
等级管理	1. 基于消费行为、成长值等配置会员等级；2. 自定义升级、降级、保级条件、等级有效期。
积分管理	1. 消费积分倍率、有效期配置；2. 支持多场景个性化积分促销、发放、使用、扣减等规则。
对外接口	提供会员状态、等级、积分、券、权益等接口，供票务系统、官网、小程序、POS 前端等场景调用。
积分接口	1. 积分计算、增减、流水等查询；2. 支撑积分商城商品、活动等兑换场景；3. 支持线上线下消费直接抵扣场景。
特殊操作	1. 批量调整会员等级；2. 批量调整积分；3. 批量处理会员其他数据的后台操作能力。

（四）CDP 客户数据管理平台

功能点	功能详细描述
消费者识别与整合	1. 配置多外部数据源接入；2. 自定义跨渠道识别匹配规则；3. 自动生成 OneID；4. 整合全渠道用户资料和档案。
消费者管理与 360 画像	1. 筛选查看全域用户数据；2. 展示属性、标签、人群、全渠道行为轨迹、订单/券互动明细；3. 支持自定义展示字段。
标签管理	1. 基于用户属性、行为事件自定义规则自动/手动打标；2. 支持标签更新周期配置；3. 标签用于画像与精准营销。
群组管理	1. 多维度规则组合分群，支持周期动态更新人群；2. 人群可直接用于营销自动化触达、用户画像分析。

（五）营销自动化（MA）

功能点	功能详细描述
方案管理	1. 基于 AIPL/AARRR 模型搭建年度运营方案 2. 定义营销人群、用户旅程、阶段业务目标。
营销工具	1. 自带短信、小程序、企微等平台工具的搭建能力。
活动模板管理	1. 预设通用活动模板；2. 新建活动一键复用；3. 快速落地各类营销任务。
目标及监控	1. 按周、月、季、年配置增长指标；2. 系统自动监控，异常数据预警提醒。
活动流程设计	1. 可视化活动流程；2. 配置触发条件、过滤规则、触达渠道、活动数据复盘、标签迭代等。
营销活动日历	1. 可视化日历统筹全部营销活动，规划排期、避免活动冲突。
营销人群筛选	1. 按事件触发、属性、标签、历史活动记录筛选目标人群，实现精准定向触达。

功能点	功能详细描述
营销触达	1. 支持短信、邮件、微信图文、优惠券、积分、企微等多渠道触达。
一键打标、保存人群	1. 活动执行后自动给参与用户打标签，人群存档用于后续运营复盘。

（六）内容管理

功能点	功能详细描述
触点管理	1. 统一管理通过微信、短信、邮件、企微社群等触达渠道。
素材中心	1. 图片/视频素材上传存储；2. 可视化 H5 编辑器、优惠券样式设计工具；3. 提供文本、商品、导航等控件。
短链服务	1. 对外投放链接生成个性化短链；2. 统计用户点击、浏览行为数据。

（七）优惠券管理模块

功能点	功能详细描述
券管理方案	1. 定义优惠券发放对象、属性字段、业务场景规则、审批流程、自定义操作按钮等。
券管理模板	1. 可视化配置券核销/发放/冻结规则；2. 限定门店、商品、满减折扣、使用门槛等。
券管理项目	1. 创建券活动模板，支持项目审核、发布、终止；2. 人工发放、数据导出、一键复制等。
券实例	1. 启用、失效、冻结、核销、改有效期等全周期券监控；2. 批量导入、记录更新券数据。
券码管理	1. 数字/字母/组合/顺序码/日期暗码等自定义券码生成规则。
对外接口	1. 券发放、核销、冻结、查询等的标准化接口，以及对外系统调用。

（八）储值管理模块

功能点	功能详细描述
储值卡管理	1.配置储值卡面值、有效期；2.定义开卡、充值、扣款、转赠业务规则
储值运营管理	1.实时查看余额、充值/消费明细；2.支持储值账户冻结、挂失、退款、调账、注销操作。
储值活动管理	1.储值赠送活动：储值送现金、优惠券、积分等奖励规则。
储值对外接口	1.余额查询、充值、扣款、转赠等接口，对接线上支付、线下POS、小程序前端等。

（九）消费者洞察BI

1．业绩速览

展示本月（MTD)/本年(YTD)/累计(LTD)，核心指标为会员总量、销售额、订单数、客单价、会员销售占比等。

2．会员分析

（1）会员资产总览：累计会员、购买/非购买会员、活跃/沉睡/流失会员数量及趋势；

（2）会员招募：各渠道新增会员数量、增长趋势、渠道效率对比；

（3）会员画像：用户性别、年龄、地域分布，人群特征采集率；

（4）粉丝分析：微信公众号粉丝增长、来源、粉丝转会员转化率；

（5）会员月报：标准化月度会员指标报表，支持导出。

（6）销售分析

（7）销售总览：销售额、订单、客单价、会员消费占比、增长趋势；

（8）新老会员销售对比：分新老会员统计销售额、订单、客单价；

（9）商品销售分析：热销/滞销TOP10商品，区分会员/非会员消费偏好；

（10）会员RFM分析：按最近消费、消费频次、消费金额分层，统计各分层人数与营收贡献；

（11）销售月报：标准化月度销售报表导出。

（12）忠诚度分析

（13）会员等级总览：各等级会员人数、升级/保级/降级趋势；

（14）积分总览：可用积分总值、发放/消耗/过期积分、积分消耗率。

3．营销分析

（1）营销活动总览：活动总量、触达人数、转化订单、活动 ROI；

（2）活动明细：单场活动转化、订单、成交金额明细；

（3）优惠券总览：券发放、核销、核销率、折扣金额整体统计；

（4）优惠券明细：单券项目核销数据明细查询导出；

（5）储值等资产报表。

4．智能分析

图形化拖拽自助可视化分析平台，提供多类型图表，业务人员自定义报表、实时预览编辑。

（十）微信端功能

1．微信小程序会员中心功能清单

功能	需求说明
会员注册	1.弹窗手机号授权/手动填写注册；2.自定义表单字段、隐私协议、页面样式。
会员卡配置	1.自定义卡面；2.展示会员头像、昵称、手机号、等级、积分、会员码等。
会员码	1.二维码/条形码双模式，支持线下 POS 扫码核销。
个人资料	1.会员信息展示、生日修改次数限制、前端页面自定义样式。
积分明细	1.全渠道积分收支流水查询。
订单明细	1.同步中台全渠道订单记录，前端展示查询。
优惠券储值	1.同步后台券、储值数据，区分未使用 /已使用/已过期/余额等筛选。
门店列表	1.同步门店数据，按用户距离排序展示线下场馆点位。
会员权益	1.等级权益卡片自定义、权益页面跳转配置。
客服对接	1.嵌入微信原生/第三方客服组件。

功能	需求说明
企微导购	1.绑定专属导购、展示企微添加二维码。
活动发布	1.签到积分，积分抽奖，积分换礼品，群组徽章等。

2. 积分商城功能清单

功能	需求说明
商品管理	1.商品新增/编辑/删除等；2.配置图片、视频、库存、兑换价、规格、限购、门槛、上架时间等。
商品类型	1.实物商品、平台优惠券、电商券链接、虚拟串码奖品等。
兑换模式	1.积分抵扣全部或部分价款等。
营销管理	1.商品分组、复制新建、小程序码/链接获取、上下架、排序、多条件搜索等。
订单管理	1.订单列表、详情查询、批量导出、发货、物流信息维护等。
地址管理	1.微信一键获取地址、新增/编辑/删除地址。
运费模板	1.按地区、商品件数配置差异化运费规则。

四、公域电商平台接入

统一打通各公域平台会员、订单数据，与会员中台产品化对接，实现会员身份互通、数据实时同步。包含抖音、小红书小程序等。

五、服务器/生产环境测算说明

包含服务器规格、数据库存储、带宽、缓存资源、并发承载能力测算。

第五条 售后服务

免费质保期（售后维保期） 2 年，2 年到期后另行采购维保服务，包含以下服务。

（一）提供 7×24 小时故障技术支持服务，故障问题 10 分钟内响应；

（二）远程优先排查处置；远程无法解决的，必要时双方进一步协商具体时间到达甲方现场；

（三）故障分级处置：

1. 重大故障（系统整体不可用、会员 / 卡券 / 积分核心业务中断）：优先应急恢复，平均故障修复时间＜4 小时；

2. 一般功能缺陷：3 个工作日内修复；

3. 界面小瑕疵：7 个工作日内修复。

4. 故障处理完成输出故障处理台账，记录现象、原因、处置方案。

第六条 预留非功能性需求章节

一、性能需求

（一）高并发支持：系统需支持不少于 500 用户同时在线并发操作，核心高频接口吞吐量(TPS)应不低于 1000,高峰时期(抢票期)需能支持 QPS 到 4000+，提交投标文件时需提供高峰期保障方案。

（二）页面响应：在常规网络下，管理后台及前端界面的平均响应时间≤2 秒；复杂数据报表或大数据量查询场景下，响应时间≤5 秒。

（三）数据同步时效：关键业务数据的跨端（如 POS 端与后台、小程序与后台）同步，端到端延迟应≤1 秒；非关键数据可采用准实时或定时批量同步。

二、安全需求（与等保三级强关联）

（一）加密与脱敏：严格遵循《GB/T 22240-2020》等保三级要求。涉及用户身份、金融/订单敏感信息，必须使用国密算法（SM2/SM3/SM4）进行传输和存储加密；前端展示时需执行数据脱敏（如手机号、银行卡号掩码显示）。

（二）身份与接口鉴权：采用 OAuth2.0 或 JWT 标准规范，关键接口必须实现双向签名校验、时间戳防重放攻击机制，确保 API 调用的安全性与完整性。

（三）完整的安全审计：系统需对用户的所有关键操作（登录、增删改数据、权限变更等）产生完整日志，操作日志必须保留不少于 180 天（6 个月），且日志数据具备防篡改和溯源审计能力。

三、兼容性需求

（一）小程序端：全面兼容并适配微信、支付宝、抖音等主流短视频与生活服务平台的小程序运行环境。

（二）H5 端：全面兼容主流移动端浏览器（包括微信内置内核、Safari、Chrome 移动版等）。

（三）PC 后台：兼容主流桌面端浏览器的最新两个版本（Chrome、Microsoft Edge、Firefox）。

（四）POS 终端：无缝适配主流商用收银操作系统及硬件设备（如 Android 收银机、Windows POS 终端）。

四、运维需求

（一）监控与告警：需具备全方位的运维监控体系（建议基于 ELK 或 Prometheus），实现系统资源、应用性能及业务异常日志的集中采集；支持企业微信/钉钉/短信等多渠道分级自动告警。

（二）数据备份与恢复：需制定完善的自动全量备份（每日）与增量备份机制，支持异地/云端容灾；灾难恢复演练的目标为：数据丢失不超过 15 分钟，业务恢复时间不超过 2 小时（RPO ≤15min，RTO≤2h）。

（三）版本迭代：支持灰度发布（平滑上线）与快速回滚机制，确保在版本更新或运维操作时不影响业务的连续性。

五、接口规范

（一）统一返回格式：定义并强制遵守统一的 HTTP API 返回 JSON 数据结构，需明确包含状态码（Code）、提示信息（Msg）和业务数据体（Data）。

（二）接口鉴权：制定统一的接口签名规则，要求所有业务 API 请求必须携带鉴权 Token，并具备防重放和防篡改能力。

（三）回调与幂等性：针对涉及资金、积分等关键状态变更的异步接口，必须提供回调标准和幂等性处理机制，防止因网络抖动导致的重复下单或重复扣款问题。

六、运营陪跑服务

（一）系统稳定性保障与应急响应机制

1．针对会员注册、下单、等级/标签调整、卡券发放与核销等关键链路建立专项监控机制，保障会员关键体验稳定；

2．提供紧急故障修复及回滚支持，保障活动高峰期系统运行安全。

（二）核心功能陪测与业务场景落地保障

系统上线运营后，正式开始日常服务对接，涵盖日常沟通、使用培训、操作代办、问题追踪、业务场景共创建议等内容；需提供三个月的包含以上内容的运营策略支持和运营陪跑服务。

（三）上线初期数据核验与监测

1．提供数据核对支持，输出标准数据校验报告，辅助业务部门监控业务数据准确性与完整性；

2．针对常见问题如数据重复、缺失、延迟等，建立处理响应机制，支持数

据问题排查与分析建议。

七、用户操作问题实时响应与修复支持

（一）提供日常答疑渠道，协助业务部门及时处理系统操作、配置使用等相关问题，确保营销节奏不受干扰；

（二）高峰节点支持问题快速分级响应与反馈处理。

（三）问题台账与交付闭环管理

1．建立运营陪跑期间问题清单管理机制，定期（建议周度）回顾问题处理进展，保障问题可跟踪、可关闭、可复盘；

2．项目关键节点提供总结报告，协助完成内部管理与业务复盘。

（四）活动期间重点支撑内容

针对重点活动的落地执行，协助完成日常运营活动的系统代配置，包括：

1．活动所需核心目标人群策略逻辑配置；

2．活动相关事件类型及响应预置；

3．MA 活动的配置支持，MA 活动异常监控和报错问题处理；

4．配合执行 CRM Campaign，并能够根据品牌的 brief 提取相应客户名单，完成短信、EDM 等各渠道沟通的 content，最终完成活动发送，达到预先设定的结果；

5．确认方案与活动节奏后，可协助实施或陪同操作，减少重复学习与使用门槛；

6．提供典型营销流程模版与行业案例建议（如活动邀约，新品推荐等）。

（五）安全合规业务

1．通过实名认证、行为安全校验等技术手段，保障用户账号等操作的安全性与合规性。根据业务信息安全被破坏时所侵害的客体以及对相应客体的侵害程度，依据《GB/T 22240-2020 信息安全技术 网络安全等级保护定级指南》的要求，确定该系统的业务信息安全保护等级为第三级。

2．建设方需在此基础上，根据实际业务情况，完成能够充分保障系统运行，保护系统数据的安全实施方案。

（六）其他要求

1．具备有效的错误诊断和恢复机制，避免系统误操作而导致系统崩溃。

2．具备可靠的业务备份措施，可通过系统进行业务数据备份。

3．系统运行方面，需提供异常监控机制，随时监控系统的运行状态。

4．系统具备 7*24 小时的连续服务能力。系统在不短于一个月的连续正常负荷运行过程中，不发生系统响应性能下降、响应能力下降、资源占用显著增加等现象。

5. 平均年故障时间：<1 天。

6. 平均故障修复时间：<4 小时。

7. 系统应具备自动报警系统，以提醒系统管理员避免出现系统崩溃等严重事件。

8. 系统故障响应：7×24 小时系统问题响应，自问题提出起 10 分钟内响应问题，必要时双方进一步协商具体时间到达甲方现场。

第七条 项目工作要求

一、服务基本要求

（一）乙方应保证服务项目组的稳定性、专业性；

（二）项目运维服务内容涉及大量日常沟通工作。乙方在服务过程中应保证与各方的沟通和情况通报；

（三）乙方在项目实施过程中涉及的技术产品（如软件、文档等）不应侵犯任何第三方合法的专利权、商标、工业设计、版权或其他知识产权或专有权利。

二、验收要求

（一）已完成合同中全部服务内容；

（二）已提交服务过程中产生的全部文档及全部产出成果文档；

（三）项目团队要求

（四）乙方必须成立合理的组织机构，建立健全保障项目顺利实施的各项管理制度和质量保证体系。

（五）乙方项目团队应有项目经理 1 人，合理选配交付顾问、实施顾问、技术开发、运维测试等人员，掌握各项技术领域的相关基础知识，能够与用户进行良好的沟通。项目执行过程中要求各实施阶段人员动态驻场，驻场不少于 2 人。

（六）乙方必须针对上述要求列出详细人员计划，包括人员姓名、资质和在本项目中的职责分工及资源计划。

三、项目管理要求

（一）项目经理：乙方应配备经验丰富的项目经理承担本项目工作。乙方应明确项目经理在本项目中的岗位职责、任职资格及管理权限，并明确其调动相关资源的权力，确保开发工作顺利实施

（二）项目管理规范要求：乙方需在项目实施过程中制定开发建设工作管理制度和工作流程，合理规划项目的组织架构、沟通方式和工作职责。并应符合以下要求：

（三）项目管理规范要求：乙方应对其开发项目计划进行清晰阐述。必须对

开发建设的全流程进行管理，采用成熟的项目管理手段对项目全过程进行管理。

四、质保要求

（一）按北京市相关规定，两年免费质保期内，乙方应根据系统的运行情况修正产品和成果的错误，提供技术支持和维护。该项费用应包含在本次报价中，不得另行收费。乙方应提供工作时间的热线电话服务响应；对于使用单位的疑问，随时讲解，必要时须到现场提供上门服务。

（二）交付文档清单

交付文档需要满足本项目交付成果要求，以下为本项目执行中比较重要的过程文档，最终交付不仅限于下述文档。

序号	交付物名称	介质形式
1	需求规格说明书	电子/纸介质
2	系统设计说明书	电子/纸介质
3	系统测试方案、系统测试报告	电子/纸介质
4	系统部署方案	电子/纸介质
5	用户操作手册	电子/纸介质
6	系统维护手册	电子/纸介质
7	总结报告	电子/纸介质
8	试运行报告	电子/纸介质
9	验收报告	电子/纸介质

重要说明：

1. 未做任何标记的技术参数属于基本参数，全部基本参数构成了本项目的基本功能要求；
2. 各项技术参数响应情况的审核依据：如技术参数中明确了审核依据，则以该条技术参数中规定的审核依据为准；如技术参数中未明确规定审核依据，则以乙方响应文件中填写的“采购需求偏离表”中填写的偏离情况为准（如技术参数对采购需求存在正偏离或负偏离，应据实逐条响应填写“正偏离”或“负偏离”；如技术参数对采购需求没有偏离，可注明“无偏离”即可，无需逐条响应）。

第八条 合同付款

一、合同金额

总金额为含税价人民币 1791000 元（大写：壹佰柒拾玖万壹仟元整 ），不

含税价总额为人民币：1652162.3元（大写：壹佰陆拾伍万贰仟壹佰陆拾贰元叁角）。 其中会员系统采购费用为含税价人民币 641000 元（大写：陆拾肆万壹仟元整），增值税税率为13%，不含税价总额为人民币：567256.64元（大写：伍拾陆万柒仟贰佰伍拾陆元陆角肆分）；功能定制开发费用为含税价人民币 1150000 元（大写：壹佰壹拾伍万元整），增值税税率为6%，不含税价总额为人民币：1084905.66元（大写：壹佰零捌万肆仟玖佰零伍元陆角陆分）。

二、付款条件

（一）会员系统采购费用

1．甲方应于本合同签订之日起15个工作日内，向乙方支付本合同约定的“会员系统采购”费用的70%；为含税价人民币448700元（大写：肆拾肆万捌仟柒佰元整），不含税价总额为人民币：397079.65元（大写：叁拾玖万柒仟零柒拾玖元陆角伍分）。

2．甲方应于本合同签订之日起，完成本合同约定会员系统初步软硬件系统配置起15个工作日内，向乙方支付本合同约定的“会员系统采购”费用30%；为含税价人民币192300元（大写：壹拾玖万贰仟叁佰元整），不含税价总额为人民币：170176.99元（大写：壹拾柒万零壹佰柒拾陆元玖角玖分）。

3．乙方收到每一笔付款前10个工作日内均应向甲方开具相应等额正式有效的增值税普通发票，增值税税率为13%，发票内容为：软件产品费用。

（二）功能定制开发费用

1．甲方应于本合同签订之日起，实施首次会员历史数据迁移，并经甲方验收后15个工作日内，向乙方支付本合同约定的“会员功能定制开发”费用的50%；为含税价人民币575000元（大写：伍拾柒万伍仟元整），不含税价总额为人民币：542452.83元（大写：伍拾肆万贰仟肆佰伍拾贰元捌角叁分）。

2．甲方应于本合同签订之日起，完成忠诚度管理开发、客户数据管理中台功能开发、自动化营销平台功能开发，完成BI数据看板的初步配置，并经甲方验收后15个工作日内，向乙方支付本合同约定的“会员功能定制开发”费用的40%；为含税价人民币460000元（大写：肆拾陆万元整），不含税价总额为人民币：433962.26元（大写：肆拾叁万叁仟玖佰陆拾贰元贰角陆分）。

3．甲方应于验收通过之日起15个工作日内，向乙方支付本合同约定的“会员功能定制开发”费用的10%。为含税价人民币115000元（大写：壹拾壹万伍仟元整），不含税价总额为人民币：108490.57元（大写：壹拾万捌仟肆佰玖拾元伍角柒分）。

4．乙方收到每一笔付款前10个工作日内均应向甲方开具相应等额正式有效的增值税普通发票，增值税税率为6%，发票内容为：信息系统服务费用。

（三）乙方收到每一笔付款前10个工作日内均应向甲方开具相应等额正式有效的增值税普通发票，增值税税率为6%，发票内容为：信息系统服务费用。

（四）甲方应当在乙方每次提交验收成果后15个工作日内组织验收。

（五）附：乙方开具的增值税普通发票符合以下情况之一的，甲方有权延迟支付应付款项，且不承担任何违约责任，乙方须向甲方重新开具增值税专用发票：

●开具虚假、作废、无效发票或因违反国家法律法规开具、提供发票的。

●开具发票种类错误或开具发票税率与合同约定不符的。

●发票信息错误的。

●因乙方延迟送达、开具错误等原因造成发票认证失败的其他情况。

●如税率变动，则以不含税价为基数，付款时实际税率结算。

如乙方拒绝重新提供或提供的发票仍不符合法律法规的要求，甲方有权拒绝支付合同费用直至乙方提供符合甲方要求的发票，乙方应承担由此对甲方造成的全部损失。

乙方收款银行帐户：

开户行：上海银行杭州滨江支行

户名：杭州数云信息技术有限公司

账号：03005855817

第九条 履行期限、地点和方式

一、履约期限

本合同自合同签订日起至 2027 年 6 月 30 日。

二、履约地点

本合同在国家大剧院履行，包含以下地址：北京市西城区西长安街2号 北京市西城区西长安街2号；北京市通州区绿心路1号院1号楼、2号楼；北京市通州区台湖西路6号。

三、履约方式

本项目开发采取在甲、乙方单位分别进行的方式，乙方利用本公司的软硬件环境完成本项目的全部设计、开发、测试工作任务；本项目的阶段成果将在甲方现场逐步部署，最终的交付系统将在甲方指定的地点进行现场安装，并向甲方提交技术成果，包括：需求规格说明书、系统设计说明书、系统测试方案、系统测试报告、系统部署方案、用户操作手册、系统维护手册、总结报告、试运行报告、验收报告。

第十条 双方权利、义务和责任

一、甲方的基本权利和义务

甲方负责向乙方提供与本项目有关的资料、文件（包括业务需求、工作流程与标准等），以及为乙方在开发过程中对甲方所进行的调研、开发工作进行配合。

（一）甲方须在本项目设计、开发前确定具体的项目需求；

（二）保证本项目的使用应当符合国家法律规定和社会公共利益；

（三）对乙方提供与本合同有关的资料等负有保密的责任；

（四）按本合同的约定向乙方支付费用；

（五）对乙方的工作进行监督，有权要求乙方按甲方要求提供相关说明；

（六）乙方开发的软件不符合合同约定的，甲方有权要求乙方及时对软件系统进行修改；

（七）本合同项下如涉及数据/个人信息处理，甲方应对接入数据/个人信息以及获得、使用数据/个人信息的合法性承担法律责任，确保使用本合同项下软件时已履行相关法律法规规定的义务并获得数据或个人信息权利主体的授权，且有权委托乙方进行相应的数据或个人信息处理行为。

二、乙方的基本权利和义务

（一）按照本合同约定的项目需求、项目开发计划、质量要求等完成本项目的设计、开发、测试，及安装、培训、维护等工作，并保证软件系统的功能符合本合同的约定。

（二）乙方保证按照项目开发计划要求及时派出合格的技术人员提供准确、充足的技术服务及合同约定的技术培训，按本合同的要求进行系统维护，确保本项目开发工作的正常进展。

（三）乙方保证所提供的软件系统为技术上先进的、品质优异的全新产品，适用于本合同所提及的目的和用途。

（四）乙方保证所提供的技术文档完整、清晰和准确，满足本合同及甲方列明的满足其使用的要求。

（五）保证所提供软件系统的内容符合国家法律规定和社会公共利益。

（六）对甲方提供与本合同有关的资料等负有保密的责任。

（七）依合同的规定向甲方收取合同费用。

三、保密义务

甲乙双方经过协商，双方一致同意，在任何时候，不论是在合同的有效期内还是合同终止以后，任何一方对其持有的有关另一方的事务、业务或操作方法等

机密信息实行严格保密。除非另一方书面同意或授权，任何一方不得在任何时候向任何人透露任何保密信息。双方进一步同意不把任何保密信息交给任何人，除非有另一方的书面同意或出于一方履行其义务的合理要求，双方同意不对保密信息进行拷贝或抄写。

四、技术成果的归属和分享

（一）在合同执行过程中的涉及专门为甲方定制化开发的交付物（包含但不限于各阶段文档、系统定制化部分源代码、可执行程序等）其知识产权相应定制化部分归甲方所有。

（二）本合同签署前，乙方已拥有的知识产权仍归乙方所有，不应本合同签署而转移。甲方仅在支付双方约定的软件使用许可费（即，系统采购费）前提下享有乙方相应的软件产品的使用权利，该使用许可为中国大陆地区范围内的、非独占、不可转让的有限许可，甲方能且仅能为内部运营之目的使用。

（三）乙方应当保证其交付给甲方的研究开发成果不侵犯任何第三人的合法权益。

五、违约责任

（一）任何一方违反本合同条款即构成违约，违约方应向对方承担违约责任。违约方应继续履行尚未履行的合同义务，并赔偿因此给对方造成的损失。

（二）如届时双方对上述责任界定产生争议，则可提交双方认定的第三方权威机构予以鉴定，鉴定费用由过错方（责任方）承担。

六、不可抗力

（一）本合同项下的不可抗力事件是指在合作期间，对双方履行本合同产生严重影响的地震、台风、水灾、战争或其他不能预见并且对其发生和后果不能预防也无法避免的事件。

（二）受不可抗力事件影响的一方，应立即（如遇通讯中断，则在通讯恢复之时）以书面形式通知对方有关不可抗力事件的发生，并应在不可抗力事件发生之日起的15天内（如遇通讯中断，则应自通讯恢复之时起算）提供有关证明文件，以证明不可抗力事件的详细情况及本合同因不可抗力事件的影响而不能履行、或者不能全部履行、或者需要延期履行的理由。该证明文件应由不可抗力事件发生地的公证机构出具。

（三）如果发生不可抗力事件，受不可抗力事件影响的一方在受影响的范围和期间内被免于履行义务。

七、提前终止

（一）如发生下列情况，本合同可提前终止：

1．任何一方严重违反本合同项下的各项义务，致使双方无法继续合作的；

2．因不可抗力致使合同无法继续履行的；

3．双方一致同意提前终止的。

（二）终止合同的通知程序：

如果发生本条第一款所述情况，有权提出提前终止合同请求的一方可向对方发出要求提前终止合同的书面通知。双方应于通知发出后的1个月内进行协商并努力消除引起合同提前终止的情况。如果在此1个月期限内，双方未能通过协商使导致合同提前终止的情况得到补救，则本合同立即终止。

八、争议的解决

（一）因执行本合同所发生的或与本合同有关的一切争议，双方应首先通过友好协商解决。如在协商开始后30天内不能解决的，任何一方均可向甲方有管辖权人民法院提起诉讼。

（二）在争议解决过程中，除有争议的条款外，双方仍应继续履行其在本合同项下的其它义务。

九、其他

本合同经甲乙双方代表签字、盖章后生效。若有未尽事宜，须经双方共同协商解决。本合同壹式陆份，甲乙双方各执贰份，招标公司贰份，具同等法律效力。

本页以下无正文

甲方（盖章）：

授权代表人：

2026 年 10 月 12 日

乙方（盖章）：

授权代表人：

2026年10月 12日

会员系统采购与功能定制开发项目履约验收方案

（合同附件，与合同正文具有同等法律效力）

合同正文引用：本项目履约验收按照本合同附件《履约验收方案》执行，实行分阶段验收；各阶段验收合格确认文件，作为甲方办理对应款项支付的必要依据。

一、验收组织

验收主体：采购人国家大剧院组建验收小组，可邀请外部技术专家；代理机构仅提供流程咨询，不承担验收责任。

验收依据：招标文件、中标投标文件、采购合同、双方确认的需求规格说明书。

通用规则：乙方须提前提交全套验收资料，资料不全甲方可顺延验收；各阶段验收合格不能替代最终竣工验收；所有验收资料归档保存不少于 15 年；甲乙双方存在争议，可委托第三方测评，费用由责任方承担。

二、分阶段验收（与付款节点一一对应）

阶段 1、商品化会员系统成品及初步配置验收（软件产品第二期付款）

提交资料：软件部署包、著作权材料、部署报告、账号权限配置、运维配置记录。

验收要点：商品化会员运营管理系统软件部署到位、可正常启动；基础权限配置完成；无阻断性重大故障；仅做交付部署核验，不开展全业务深度测试。

处置：合格签署阶段确认单；不合格乙方限期整改后复验。

阶段 2、实施首次会员历史数据迁移验收（定制开发第一期 50%付款）

提交资料：迁移实施方案、迁移执行报告、数据抽样校验报告、问题台账。

验收要点：完成历史会员数据清洗迁移；会员、积分、卡券、订单抽样校验准确；不破坏原始历史数据源；历史系统原有脏数据仅做标注，不作为开发缺陷。

处置：合格签署阶段确认单；不合格优化迁移脚本后复验。

阶段 3、定制开发一期验收（完成忠诚度管理开发、客户数据管理中台功能开发、自动化营销平台功能开发，完成 BI 数据看板的初步配置，定制开发第二期 40%付款）

提交资料：确认版需求规格说明书、系统设计书、阶段测试报告、接口调试记录。

验收要点：核心模块开发完成，主要接口联调完成，无阻断业务的严重 BUG；一般缺陷记入台账，质保期闭环。

处置：合格签署阶段确认单；不合格限期整改复验。

阶段 4、项目整体竣工验收（尾款 10%付款，1-3 阶段全部通过）

整体业务流程可正常跑通；提交全套交付物：终版需求 & 设计文档、全套

测试报告、部署/灾备方案、操作 & 运维手册、接口文档、试运行报告、培训记录、运营陪跑台账、源代码部署包、项目总结报告。

验收核验项

全部业务功能满足采购需求；

性能、国密加密、日志留存、备份容灾、多终端兼容性满足非功能指标；

全部接口稳定、回调幂等机制生效；

文档、培训、3 个月运营陪跑服务全部完成；

不少于 30 日试运行，重大故障闭环。

缺陷判定

严重缺陷（阻断核心业务、高危安全漏洞、性能不达标）：存在即不予通过，必须全部整改再复验；

一般缺陷：业务可用，允许留存，出具整改计划，质保期内闭环；

优化建议：不阻碍验收，台账记录按需迭代。

处置：竣工验收合格签署《竣工验收报告》，进入 1 年免费质保；不合格乙方整改后重新验收。

三、质保期满验收

质保期自竣工验收合格之日起算 2 年。质保到期前开展质保期满核查，核对故障处置台账、系统运行状态，出具质保期满验收确认记录。

时间约定：乙方资料齐全提交后，甲方 15 个工作日内组织验收。