需求方案与报价书

商品询盘系统

第一期：询盘与自助下单

版本 1.1 | 2026 年 11 月 22 日

报价有效期：30 天

一、项目概述

商家的商品与价格分散在多张表格中，渠道询价时依靠人工翻表、核算、回复。沟通链条长、报价口径不统一、业务经验无法沉淀。

本方案建立“资料库 → 需求匹配 → 自助下单”的闭环：把表格变成可查询、可溯源的商品价格库；渠道用一句话说明要什么货，系统理解需求并在库中匹配推荐；有价格的直接展示并可自助提交订单，商家确认后安排发货；未设定价格的不显示金额、显示“咨询销售”，转由销售跟进。

第一期交付完整的询盘与下单闭环。渠道入口为手机网页（H5），在微信内可直接打开，本期不包含小程序。

二、建设原则

1. 价格不由模型生成。全部报价取自资料库并按规则计算，可回溯到源表格与价格版本。

2. 入口不增加渠道负担。渠道无需注册、无需安装应用，一个专属链接即可查看自己的价格。

3. 导入不要求整理格式。表格原样提交，系统自动识别并与人工确认结合。

4. 匹配以结构化检索与商品别名表为主，不依赖向量相似度。相似不等于正确，询盘结果必须可解释、可复核。

5. 模型层可插拔。一期即支持云端接口与本地模型服务两种运行方式，为后续私有化部署预留。

三、本期交付范围

模块	交付内容
表格导入	支持 Excel、CSV、Word 表格，以及照片、截图、扫描件（OCR 识别）。原样提交即可，无需整理格式；自动识别表头与列内容并给出字段映射建议；各格式统一进入待确认区，入库前提供差异预览（新增、变价、下架）；确认后写入，并保留历史价格版本。
商品与价格	商品主档（规格、单位、起订量、交期）；标准阶梯价；渠道协议价覆盖；价格生效期；逐条设置价格可见性（显示价格 / 仅咨询销售）。
渠道管理	渠道建档与等级；专属链接的签发、撤销与有效期设置。
渠道门户	手机网页形态：商品浏览、搜索、详情；按渠道身份显示本渠道价格；未定价商品显示“咨询销售”入口。

模块	交付内容
询盘匹配	渠道用自然语言或筛选条件描述需求，系统抽取品类、规格、数量、交期；在商品库中检索、排序并推荐；无精确匹配时推荐相近品类；每条推荐给出命中理由。
下单与销售线索	有价商品由渠道自助提交订单，无需人工审核；订单进入后台由商家确认后安排发货，状态全程可查；订单明细可导出正式报价单供渠道内部审批。未定价商品提交需求后进入销售线索列表，由销售跟进。
后台基础	账号与权限、操作日志、系统配置。
模型接入	云端接口与本地模型服务两种运行方式，同一套接口，切换不影响业务功能。

本期不含以下内容：

- 向量检索与语义相似度匹配（本期以结构化检索与别名表实现）
- 映射档案自动复用、资料库巡检报告
- 小程序、微信支付、ERP 或进销存系统对接
- 私有化部署实施（本期仅预留接口）
- 渠道需求画像与主动推送

四、验收标准

1. 提交 3 种真实表格，能在 10 分钟内完成导入，抽样 50 条价格与源表逐条一致。

2. 渠道通过专属链接在手机网页中打开，可见本渠道价格；链接撤销或过期后不可访问。

3. 未设定价格的商品不显示任何金额，显示“咨询销售”，并可提交需求进入销售线索列表。

4. 有价商品由渠道在门户内自助提交订单，全程无需人工审核；订单进入后台待商家确认，状态可查。

5. 订单明细与导出报价单中每条价格可追溯至源表格与价格版本。

6. 价格更新后生成差异预览，确认后生效，历史价格可查。

7. 以甲方真实商品数据为基础抽取 20 条真实询盘需求，前三位推荐命中可成交商品的不少于 16 条，由甲方按业务标准判定。

8. 以甲方提供的真实图片与扫描件样本为基准，识别结果经人工确认后入库，抽样 50 条价格与原始图片一致。

五、工期与排期

本期工期 30 个自然日，投入 2 人。自合同签订且收到甲方真实表格样本之日起算。

周次	工作内容
第 1 周	数据结构设计、表格导入解析、商品别名表基础、门户骨架、专属链接机制、接口约定冻结
第 2 周	差异确认入库、价格规则与生效期、门户看价、需求条件抽取
第 3 周	匹配检索与排序、相近品推荐与命中理由、咨询销售线索、订单提交与商家确认
第 4 周	真实商品数据回归与询盘质量调优、前后端联调、缺陷修复、交付验收

若甲方未能在第 1 周内提供表格样本，工期相应顺延。

六、报价与付款

项目	内容	金额
第一期开发	2 人 × 30 天，询盘与自助下单全部范围	36,000 元
合计		36,000 元

计价口径：600 元/人天。

付款节点

节点	比例	金额
合同签订	50%	18,000 元
验收通过	50%	18,000 元

服务器、域名、短信通道、大模型接口调用等第三方费用不含在上述金额内。

七、交付边界

项目	约定
表格结构	以双方确认的《表格结构清单》为范围基准；同一结构重复导入不限次数；清单外的新结构随版本迭代并入，不单独计价，工期按实际结构数量顺延。

项目	约定
导入格式	一期含 Excel、CSV、Word 表格及图片、照片、截图、扫描件。图片与扫描件经 OCR 识别后，必须逐条人工确认方可入库，不承诺全自动识别入库；识别质量以甲方真实样本的回归结果为准。
表格更新	不限次数，含在运维服务内。
价格可见性	商品可逐条设置为显示价格或仅咨询销售；未设价商品不显示任何金额，仅保留咨询入口。
匹配结果	匹配与排序基于商品主档与别名表，推荐质量取决于基础数据完整度；以验收阶段的真实数据回归结果为准。
字段范围	标准字段内的调整含在价内；新增业务字段另行评估。
渠道入口	手机网页（H5），在微信内可直接打开；本期不含小程序。
不含内容	小程序、微信支付、ERP 或进销存对接、私有化部署实施、短信通道开通。
模型调用费	云端模式按实际用量实报，预估每月 50 至 300 元；切换为本地部署后无此项费用。

八、风险与前提

1. 甲方需在开工前提供 3 张脱敏的真实表格样本，以及可参与试运行的 20 个真实渠道名单。样本延期或结构变更导致的返工，不计入约定工期。

2. 价格准确性由系统与流程共同保证：系统保证价格来自资料库且可溯源；价格在导入入库时由甲方确认，入库后即直接对渠道展示，其准确性由甲方承担。

3. 渠道是否愿意使用门户属产品风险。建议在试运行期以真实渠道验证；如需调整入口形态，作为新增范围另行评估。

4. 交付后 7 日内甲方未提出书面异议，视为验收通过。

5. 验收后提供 2 周试运行期，期间功能性缺陷免费修复；新增需求不在此列。

6. 有价商品的价格将直接展示给对应渠道，门户不设报价审核环节；导入入库时的确认是唯一的价格闸门，建议由甲方指定专人复核后入库。

九、后续阶段（可选，另行商定）

阶段	内容	工期	金额
第二阶段：询盘优化	别名库扩充、排序策略调优、多轮追问、映射档案复用、资料库巡检报告	1 个月	36,000 元
第三阶段：需求画像推送	询盘与询价数据沉淀为渠道需求画像，变价、上新、清库存按画像推送	1 个月	36,000 元
第四阶段：支付与运营	在线支付与对账、议价与授权折扣审批、经营看板	1.5 个月	54,000 元
私有化部署（可选）	本地模型部署、准确率回归测试、切换演练（硬件由甲方提供）	—	12,000 元
运维服务（可选）	表格更新入库、资料库巡检、缺陷修复、日常答疑	按月	800–1,500 元/月

后续阶段均按 2 人投入估算，按月计价。

十、其他约定

本报价有效期为 30 天。文档所列范围、工期与金额以双方正式合同为准，合同附件应包含本方案与《表格结构清单》。

乙方：_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _

日期：2026 年 11 月 22 日