

老百姓大药房 AI 客服工具 采购项目

招 标 文 件

招标方：老百姓大药房连锁股份有限公司

日 期：2026 年 3 月 13 日

目 录

第一章 投标邀请书	3
第二章 投标须知	4
第三章 招标需求.....	6
第四章 投标文件格式	11

第一章 投标邀请书

致投标单位：

一、老百姓大药房 AI 客服工具采购项目已启动招标，现正式邀请贵单位参加本项目招标活动。

二、请投标人接到本招标文件后，认真阅读各项内容，进行必要的投标准备，并按招标文件的要求编制投标文件。

三、招标人将按本招标文件投标须知确定的时间、投标地点及相关要求递交投标书。

招 标 人：老百姓大药房连锁股份有限公司

招标人地址：湖南省长沙市开福区青竹湖路 808 号

联 系 人：贺经理

联 系 电 话：18773080759

2026 年 3 月 13 日

第二章 投标须知

序号	条款名称	编列内容规定
1	资格要求	1、投标企业营业执照经营范围包含本次需求服务（软件开发相关） 2、可配合老百姓工作人员进行产品测试（免费）
2	答疑	答疑方式：书面答疑，请投标方对疑问（技术或者商务）以表格形式汇总后发送。招标方将建立单独的企业微信群进行答疑。 问题截止收集时间：2026年3月19日（周四）18：00
3	投标文件 截止接收时间	2026年3月23日（周一）12:00
4	投标文件份数	投标文件份数： 电子版投标文件共两份。其中盖章版扫描件1份，可编辑版本原件1份。电子版上传至 https://bidding.lbxdrugs.com/ 。
5	开标	线上开标及述标，投标人无需到现场。招标人于3月23日下午联系投标方进行抽签，决定述标顺序。
6	述标	述标时间：3月24日9：30开始，根据抽签顺序述标，每家30分钟。请勿超时。 述标内容包含但不限于： <ol style="list-style-type: none"> 1. 公司简介 2. 技术解决方案 3. 产品功能展示（核心内容，此处的功能指匹配招标人要求的功能） 4. 互动答疑
7	产品测试	通过首轮述标及报价环节，招标方将选择排名靠前的投标方进入产品测试环节，测试周期约一周。

序号	条款名称	编列内容规定
8	付款	付款形式：银行转账。 季度（每三个月）结算：甲乙双方每三个月对账一次，第四个月乙方根据甲方实际消耗量开具发票，甲方于当月支付前三个月全部费用。
9	报价要求	本项目为公司长期规划项目，自本次合同签订后，后续咨询量增加或者减少，店铺数量增加或者减少，续费金额单价不应超过本次报价。

招标计划一览表（以下时间如有变更，以实际通知时间为准）

工作时间：周一至周五 9:00-12:00, 13:00-18:00		
日期	具体时间	事项
3月13日	/	招标文件公开发布
3月13日-3月19日	/	问题收集
3月13日-3月20日	/	问题答疑
3月23日	11:00	报名截止
3月23日	12:00	投标文件上传截止
3月23日	15:00	述标顺序小程序线上抽签，抽签后发布腾讯会议链接
3月24日	9:30	述标
3月25日-3月31日	/	产品测试
4月8日	/	发布结果公告

第三章 招标需求

一、项目背景与招标目的

老百姓大药房为大型医药连锁头部企业，当前，O2O+B2C 每日咨询人次平均为 5600 人次，每人咨询问题数量约 4 条，日均总问题数量 22400 条。

为提升医药新零售行业客户服务效率、优化用户购药咨询体验、降低运营成本，解决现有客服体系中药品专业咨询能力不足、合规风险管控薄弱、人工负荷过重、响应不及时等痛点，现面向社会公开招标，引进一款符合医药新零售（O2O+B2C）行业特性、具备高智能化水平、可灵活扩展的 AI 客服工具。

本项目为 AI 客服工具的采购、实施、培训及后续运维服务一体化项目，供应商需提供全流程服务，确保工具满足功能要求且符合国家药品监管、数据安全、医疗健康等相关法律法规及医药零售行业标准。

二、招标范围

本次招标范围包括但不限于：医药新零售专用 AI 客服工具的核心软件产品供应、医药场景定制化开发（适配平台购药咨询、用药指导等核心场景）、系统集成（聚合多平台，交互库存系统）、部署实施、医药专业培训、售后技术支持、版本迭代升级等全流程服务，具体以本需求说明书及招标文件后续补充要求为准。

三、核心需求与技术标准

（一）医药行业专业适配性要求

自有医药知识库要求：需具备完善的医药专属知识库，全面覆盖平台在售药品（包括处方药、非处方药、医疗器械、保健品等）信息，包含至少 5 万+药品通用名、商品名、规格、剂型、用法用量、适应症、禁忌症、不良反应、注意事项、药物相互作用、有效期、储存条件等核心信息；覆盖 1600+常见疾病（内科、

外科、妇科、儿科等)的症状解读、用药建议、就医指引;支持国家药监局、药典委员会等权威数据源同步更新,确保知识库内容的准确性和合规性;支持手动添加、批量导入、智能更新等多种知识库维护方式,知识同步延迟 ≤ 1 分钟,可快速响应药品信息变更、监管政策调整,确保客服回复的专业性和时效性。

检索平台知识库能力:系统能够实时同步并精准检索平台现有的上架品种信息。无论是药品的通用名、规格、厂家,还是商品的详细参数,系统均能实现毫秒级定位。针对复杂的商品体系,系统支持对品种分类的层级化检索,能够清晰区分处方药、非处方药、医疗器械或滋补保健等细分品类,确保在用户咨询特定类别商品时,AI能够基于准确的分类逻辑进行引导与推荐,避免跨品类误导。系统具备敏锐的规则解析能力,能够精准检索并关联店铺当前的优惠券信息、满减活动及促销规则。当用户询问“有没有优惠”或“怎么买划算”时,系统不再是机械地回复通用话术,而是能实时调取当前有效的优惠券面额、使用门槛及适用范围,生成具有时效性的精准回复。这种能力不仅有效解决了传统客服机器人“懂聊天不懂业务”的痛点,更通过精准的营销信息透出,直接助力店铺的转化率提升。

专业咨询能力:AI客服需具备专业的医药咨询能力,可独立处理用户购药过程中的常见咨询问题,包括药品用法用量、适应症匹配、禁忌症排查、药物配伍禁忌、保健品食用建议、医疗器械使用指导等,问题解决率 $\geq 80\%$;对于复杂用药咨询、特殊人群(老人、儿童、孕妇、慢性病患者)用药疑问、罕见疾病相关咨询等复杂问题,可智能识别并灵活追问用户具体情况(如年龄、病史、正在使用的其他药品等),无法解答时需精准触发人工药师转接,转接准确率 $\geq 95\%$,确保用户获得专业、安全的用药指导。

合规风险控制:需严格符合医药零售行业监管要求,具备完善的合规管控功能。一是违禁词拦截,可精准拦截药品宣传中的夸大、虚假表述(如“根治”“特

效药”“无副作用”等），杜绝违规宣传；二是处方药管控，可识别处方药咨询需求，明确提示用户需提供处方证明，禁止违规推荐处方药，引导用户合规购药；三是敏感信息过滤，过滤涉及医疗诊疗、处方开具等超出客服权限的表述，避免违规执业；四是对话记录留存，所有咨询对话记录需完整留存，留存期限 ≥ 3 年，支持按关键词、时间、用户 ID、药品名称等维度检索查询，可满足监管部门核查要求；五是隐私保护，严格保护用户健康信息、购药记录等敏感数据，符合《个人信息保护法》《药品网络销售监督管理办法》等相关规定。

（二）智能交互能力要求

意图识别：具备高精度的意图识别能力，可准确识别用户多句式、口语化、方言（至少支持普通话、粤语、四川话、河南话 4 种主流方言）的购药咨询诉求，包括药品查询、用药咨询、订单查询、物流跟踪、售后退换货、投诉建议等，意图识别准确率 $\geq 90\%$ ；支持上下文关联理解，多轮对话中可准确记忆用户历史诉求（如用户此前咨询过某款感冒药，后续咨询用药剂量时，无需重复说明药品名称），避免重复提问，对话连贯性强。

对话流畅度：多轮对话无断层，可灵活应对用户突发提问、话题切换（如用户从药品用法切换到订单物流），回复语言自然、简洁、易懂，符合人工药师沟通逻辑，避免生硬的机器话术；支持专业模式与通俗模式切换，面对专业用户（如医护人员）可使用专业医药术语，面对普通用户可使用通俗语言解读，确保用户理解。

精准识别美团平台订单的不同状态，智能化回复顾客的配送提问。

（三）运营效率提升要求

并发处理能力：具备较强的并发处理能力，高峰期单机器人可支持 ≥ 500 条同时对话，无卡顿、无延迟、无消息丢失，可满足医药新零售平台促销活动、疾病高发期等场景的海量咨询需求。

人工替代率：可有效承担高频、重复性咨询问题的解答工作，包括药品库存查询、用法用量咨询、订单状态查询、物流跟踪等，高频问题自动解答率 $\geq 80\%$ ，人工药师接管率 $\leq 15\%$ ，显著降低人工药师负荷，让人工药师专注于复杂用药咨询、合规审核等核心工作，提升整体客服效率。

知识库维护：具备完善的运营管理后台，可实时监控 AI 客服在线状态、对话量、问题解决率、人工转接率、合规拦截次数等核心数据，生成多维度运营报表（如日/周/月报表、药品咨询热度报表、用户投诉分析报表），支持数据导出，便于运营人员和药师分析优化知识库、调整客服策略。

（四）技术稳定性与扩展性要求

系统稳定性：AI 客服系统全年可用性 $\geq 99.9\%$ ，无重大故障（如系统崩溃、大面积无法响应）；若出现故障，故障恢复时间 ≤ 30 分钟，供应商需提供 7 \times 24 小时应急响应，及时解决问题，减少因系统故障导致的用户流失和合规风险。

集成能力：具备强大的全渠道集成能力，可实现一站式聚合登录京东、拼多多、抖音、天猫、美团等主流电商平台，无需在不同后台间频繁切换。系统自动整合并展示用户在全网各渠道的历史咨询轨迹，形成 360 度客户视图，辅助客服快速掌握用户背景，避免重复询问。在操作层面，系统支持多会话窗口并行处理，提供快捷回复、标签标记、会话转接等高效操作功能，显著提升客服人员的多任务处理能力。针对网络不稳定场景，系统内置智能离线消息机制，即使在网络波动或短暂中断情况下，也能自动缓存未发送消息，待网络恢复后无缝补发，确保消息零丢失、沟通不中断，保障用户体验的连续性与稳定性。

系统交互：具备卓越的企业级系统交互与集成能力，能够打破信息孤岛，实现与 ERP（企业资源计划）、SAP 等核心后端管理系统的无缝对接与深度互联，精准获取品种效期、批号。通过标准化的 API 接口或中间件技术，系统能够安全、稳定地接入企业现有的 IT 架构，确保数据在不同平台间的高效流转与实时同步。

（五）商业价值与转化要求

1. 响应速度：AI 客服首次响应时间 ≤ 3 秒，平均响应时间 ≤ 5 秒，高峰期（如感冒高发期、促销活动期间）响应速度不降低，确保用户无需长时间等待，避免因等待时间过长导致用户流失。

2. 转化提升：具备用户需求挖掘能力，可根据用户咨询的症状、用药需求，智能推荐相关合规药品、保健品，助力提升咨询转购买的转化率，转化率提升 $\geq 25\%$ ；同时通过专业的用药指导，提升用户复购率和平台口碑。

3. 用户满意度：通过高效、专业、合规、便捷的客服服务，提升用户购药咨询体验，用户满意度（CSAT）评分 ≥ 85 分，降低用户投诉率，尤其是因用药咨询不专业、响应不及时导致的投诉。

（六）实施与服务支持要求

实施交付：供应商需具备医药零售行业实施经验，提供定制化实施服务，根据平台业务场景和需求，完成 AI 客服工具的部署、调试、医药知识库导入与优化（结合平台在售药品、核心咨询场景）、系统集成等工作；实施周期 ≤ 30 个工作日，确保工具快速落地应用，不影响平台现有客服业务和购药流程正常开展；实施过程中需配合平台完成合规测试，确保符合医药监管要求。

售后支持：提供 7 \times 24 小时专属售后技术支持，设立专属医药行业顾问和技术团队，用户提出问题后，响应时间 ≤ 2 小时，解决方案落地时间 ≤ 1 个工作日；对于重大故障（如系统崩溃、合规拦截异常），需安排技术人员现场支持（必要时），确保问题快速解决；针对医药监管政策调整，需在 1 个工作日内响应，协助优化知识库和合规管控规则。

第四章 投标文件格式

投标人应认真检查招标文件的内容是否齐全，如有遗漏请于递交投标文件截止日前向招标人提出，否则责任自负。同时应阅读招标文件所有的内容，未严格按招标文件要求编制的投标文件将被拒绝（或视为废标）。

投标文件应包括但不限于以下内容（格式详见附件模板）：

序号	投 标 资 料 名 称
一	商务标投标文件
1	投标承诺书（格式见附件1）
2	开标一览表（格式见附件2）
3	报价单（要求见附件3）
4	法定代表人授权书（格式见附件4）
5	近三年主要业绩表（格式见附件5）
6	投标人基本情况表（格式见附件6）
7	投标人资质证书
8	偏离表（格式见附件7）

投标文件格式

附件 1：投标承诺书

投标承诺书

致：_____（招标人名称）

1、根据贵方_____（项目名称）招标文件，遵照有关规定，经我方认真研究上述招标文件的投标须知，我方愿以本投标文件《开标一览表》中的投标报价，并按上述文件要求承包服务等工作。

2、我方已详细审核全部招标文件，包括修改文件（如有时）及有关附件，并对上述内容完全响应，我方对招标文件的误解而产生的后果负责。

3、一旦我方中标，我方保证严格遵守招标文件要求的收费项目和标准。我方保证遵守招标文件中的有关规定，按中标通知书要求的时间与贵方签订合同，忠实地执行甲、乙双方所签的合同，并承担合同规定的一切责任和义务。

4、我方同意所提交的投标文件在90天的投标有效期内有效，在此期间内如果中标，我方将受此约束。

5、除非另外达成协议并生效，你方的中标通知书和本投标文件将成为约束双方的合同文件的组成部分。

6、愿意向贵方提供任何与该项目有关的数据、情况和技术资料，同意贵方工作需要时可无偿采用所提供资料，完全理解贵方不一定接受最低的报价，对评标结果没有解释的义务。

7、我方目前生产经营状态正常，没有被责令停业、没有被暂停或者取消投标资格、近三年没有骗取中标和严重违约及重大项目质量问题。

8、我方保证投标文件提供信息的真实和准确，并愿意承担因我方就此弄虚作假所引起的一切后果。

特此承诺！

投标人名称(盖章)：

法定代表人或其授权的代理人(签字)：

日期： 年 月 日

附件 2：开标一览表

开标一览表

单位：人民币元

项目名称	老百姓大药房 AI 客服工具采购项目
投标总报价	大写：_____元/年 小写：_____元/年
备注	以上报价包含增值税_____（填写普通或专用）发票（税率：_____）
投标负责人及联系电话	

投标人名称(盖章)：

法定代表人或其授权的代理人(签字)：

日期： 年 月 日

附件 3：报价单

1. 各投标单位可根据各自的报价模板进行报价单的制作，报价单需要盖章（公章或业务章）；
2. 报价单应细分到最小颗粒度，不应为笼统报价；
3. 请按年度费用报价，咨询量参考：O2O+B2C 每日咨询人次平均为 5600 人次，每人咨询问题数量约 4 条，日均总问题数量 22400 条；
4. 报价单每项的内容，投标方应有合理准确的解释，在清标过程中，招标方会与投标方将每项内容对齐，直至双方理解一致；
5. 投标方应将可能产生费用的项目一次性罗列清楚，避免双方合作后不断新增费用，届时，招标方将不予认可；
6. 报价轮次根据投标方的数量存在多轮报价的可能性，如果投标方首轮报价过高可能无法进入二轮报价，请根据市场行情合理报价；
7. 请在提供盖章扫描件的同时，额外提供 Excel 文档一份，这是为了避免在统计过程中，因统计失误影响最终结果。

附件 4：法定代表人授权委托书

法定代表人授权委托书

本人_____（姓名、职务）系_____（投标人名称）的法定代表人，现授权（姓名、职务）为我方代理人。代理人根据授权，以我方名义签署、澄清、说明、补正、递交、撤回、修改_____（项目名称）投标文件、签订合同和处理有关事宜，其法律后果由我方承担。

委托期限：_____。

代理人无转委托权。

本授权书于年月日签字生效，特此声明。

委托代理人身份证复印件

附：法定代表人身份证明

投标人名称（单位章）：

法定代表人（签字）：

委托代理人（签字）：

年月日

附件 5：近三年主要业绩表

近三年主要业绩表

甲方单位名称	项目名称	甲方是否为 B2C 头部平台（是/否）	服务内容	合同金额（万元）	服务时间段（精确到年、月）
第一行请您填写医药 B2C 领域首个案例					

注：1、此表行数可添加；
 2、此表所列内容，须与投标人提供的合同等证明材料一一对应。

3、此表如有虚假情况，将导致投标无效。

附件 6：投标人基本情况表

投标人名称						
注册地址				邮政编码		
联系方式	联系人			电 话		
组织结构						
法定代表人	姓名		技术职称		电话	
技术负责人	姓名		技术职称		电话	
成立时间			员工总人数：			
企业资质等级			其中	项目负责人人员		
营业执照号				高级职称人员		
注册资金				中级职称人员		
开户银行				初级职称人员		
账号				技 工		
经营范围						
备注						

注：后附相关证件。

附件 6：偏离表

序号	招标文件章节和条款号	投标文件章节和条款号	说明

备注：

此表不填，采购人有权视为完全响应招标采购文件的要求。

投标人名称(盖章)：

法定代表人或其授权的代理人(签字)：

日期： 年 月 日