

## IBM Omni-Channel Merchandising

使用条款 (“ToU”) 由 IBM 使用条款 - 特定于 SaaS 的服务产品条款 (“特定于 SaaS 的服务产品条款”) 以及标题为“IBM 使用条款 - 通用条款 (“通用条款”)”组成, 可通过以下 URL 获得:

<http://www.ibm.com/software/sla/slabd.nsf/sla/tou-gen-terms/>。

如果发生冲突, 那么这些“特定于 SaaS 的服务产品条款”优先于“通用条款”。订购、访问或使用 IBM SaaS, 即表示客户接受此 ToU。

此 ToU 受适用的“IBM Passport Advantage 国际协议”、“IBM Passport Advantage Express 国际协议”或“针对所选的 IBM SaaS 产品的 IBM 国际协议” (“协议”) 的管辖, 这些协议与此 ToU 构成完整的协议。

### 1. IBM SaaS

以下 IBM SaaS 服务产品受这些“特定于 SaaS 的服务产品条款”的约束:

- IBM Price Management
- IBM Price Optimization
- IBM Promotion Optimization
- IBM Promotion Planning
- IBM Promotion Execution
- IBM Markdown Optimization
- IBM Deal Management
- IBM Deal Management: Bill Distribution Module
- IBM Basket Insights
- IBM Shopper Insights
- IBM Assortment Optimization
- IBM Omni-Channel Merchandising Preview

### 2. 定义

以下是一些术语的含义:

**消费品 (以下简称“CP”)** - 表示出于直接向消费者销售的目的而生产或分销的任何物品或组件。例如, “消费品”包括服装和鞋类、食品和饮料、家居和个人护理用品、耐用消费品和家用器具、非耐用消费品、特产和宠物护理用品, 但不包括汽车、飞机、金融产品、服务或房屋。

**包含的业务** - 表示与客户订购使用 IBM SaaS 有关的部门、业务单位或渠道 (例如, 实体店铺与网上电子商务)。

**包含的地理位置** - 表示客户订购使用 IBM SaaS 的地理位置。

**零售商** - 表示出于供消费者直接使用的目的而参与小批量或个别批量消费品销售的客户。

**销售总额** - 表示订购 IBM SaaS 的法人实体的总销售额, 它们源于在“初始期限”或续订期限之前的完整 12 个月内由“包含的业务”销售的产品。

在这些“使用条款”中未定义的大写术语将在“协议”中进行定义。

### 3. 收费标准

IBM SaaS 根据交易文档中指定的以下收费标准之一出售:

- a. **百万收入换算单位 (MRCU)** - 是获取 IBM SaaS 所采用的一种计量单位。收入换算单位是针对与 IBM SaaS 相关的收入金额的与货币无关的度量。必须按照换算表 ([http://www-01.ibm.com/software/passportadvantage/conversion\\_unit\\_table.html](http://www-01.ibm.com/software/passportadvantage/conversion_unit_table.html)), 将特定于货币的收入金额换算为 RCU。每份 MRCU 权利代表一百万 RCU。必须获得足够的 MRCU 权利以涵盖客户的权利证明 (PoE) 或交易文档中指定的评估期间 IBM SaaS 所处理或管理的收入金额。

- b. **服务项目** - 获取服务时所采用的一种计量单位。服务项目包含与 IBM SaaS 相关的专业服务和/或培训服务。必须获取足够的权利以涵盖每项服务项目。

注：“收入”的定义/范围根据特定的 IBM SaaS 服务产品而异，如下所述：

IBM SaaS	收入定义
IBM Price Management IBM Basket Insights IBM Shopper Insights IBM Assortment Optimization IBM Deal Management IBM Deal Management: Bill Distribution Module	收入是“包含的业务”的销售总额。
IBM Price Optimization	收入是客户希望优化的销售总额（订购可以限制为“包含的业务”的一部分）。
IBM Promotion Optimization IBM Promotion Planning IBM Promotion Execution	收入是“包含的业务”通过销售“促销商品”所产生的销售总额。对于本 IBM SaaS，“促销商品”是指临时精选的和/或打折的，或以任何促销方式销售的产品，包括但不限于临时降价 (TPR)、广告或宣传单、陈列在实体店铺的不同位置或者显示在 Web 站点的主页和优惠券上。“促销商品”不包括“降价商品”。
IBM Markdown Optimization	收入是“包含的业务”通过销售“降价商品”所产生的销售总额。对于本 IBM SaaS，“降价商品”是以永久降价形式销售的产品，通常旨在清空过量的供货，包括清仓削价销售。

### 3.1 平台支持服务

对于平台支持服务，收入是“包含的业务”的销售总额。

要确定应购买的相应平台支持服务级别，客户必须首先确定适用于其公司的相应的十亿收入换算单位 (BRCU)。BRCU 是与 IBM SaaS 相关收入金额的与货币无关的度量。必须按照 [http://www.ibm.com/software/licensing/conversion\\_unit\\_table](http://www.ibm.com/software/licensing/conversion_unit_table) 中的表将特定于货币的收入金额换算为 RCU。每份 BRCU 权利都表示十亿（10 的 9 次方）个 RCU。计算的 BRCU 必须涵盖评估期间经 IBM SaaS 处理或管理的收入额。

级别 1 = 最多 3 个 BRCU

级别 2 = 最多 8 个 BRCU

级别 3 = 最多 15 个 BRCU

级别 4 = 超过 15 个 BRCU

## 4. 费用和计费

IBM SaaS 的应付金额在交易文档中进行说明。

### 4.1 安装

在交易文档中指定安装费用。将针对初始安装或额外安装收取相应的安装费用。

- a. **IBM Omni-Channel Merchandising One-Time Setup**

IBM 会在初始配置 IBM SaaS 时收取一次性安装费。价格及计费期限将在交易文档中规定，并相应地进行计费。

- b. **IBM Omni-Channel Merchandising Additional Application Setup 费用**

IBM 会对每个订购的附加应用程序安装费用收取安装费。价格及计费期限将在交易文档中规定，并相应地进行计费。

## 4.2 部分月度费用

交易文档中指定的部分月度费用可按比例进行评估。

## 5. 持续的服务订购

IBM SaaS 的客户可以购买以下远程服务：

- IBM Price Management - 平台支持服务
- IBM Promotion Planning - 平台支持服务
- IBM Price Optimization - 平台支持服务
- IBM Price and Promotion Optimization - 平台支持服务
- IBM Promotion Optimization - 平台支持服务
- IBM Markdown Optimization - 平台支持服务
- IBM Basket Insights - 平台支持服务

### 5.1 IBM Price Management - 平台支持服务、IBM Promotion Planning - 平台支持服务、IBM Basket Insights - 平台支持服务

IBM 将：

- a. 与客户合作，获取针对适用的 SaaS 产品的所有必需且在相关的“IBM 导入数据规范文档”中规定的字段（“客户数据”）。
- b. 每周或每天接收并装入客户数据，然后使用标准工具维护数据转换接口（进站和出站）。如果客户在初始实施之后修改客户数据的格式、请求将文件以其他格式传回客户，或者请求 IBM 修改数据图和自动化脚本以利用新数据，那么可能需要支付额外的费用。
- c. 提供标准的日常帐户管理服务，以便确保实施团队退出后客户可得到支持。该帐户管理服务以远程方式提供，每周服务时间不超过 4 小时。

### 5.2 IBM Price Optimization - 平台支持服务、IBM Promotion Optimization - 平台支持服务、IBM Markdown Optimization - 平台支持服务、IBM Price and Promotion Optimization - 平台支持服务

IBM 将：

- a. 与客户合作，获取针对适用的 SaaS 产品的所有必需且在相关的“IBM 导入数据规范文档”中规定的字段（“客户数据”）。
- b. 每周或每天接收并装入客户数据，然后使用标准工具维护数据转换接口（进站和出站）。如果客户在初始实施之后修改客户数据的格式、请求将文件以其他格式传回客户，或者请求 IBM 修改数据图和自动化脚本以利用新数据，那么可能需要支付额外的费用。
- c. 为建模的产品类别执行标准的数据验证。数据验证包括自动化作业，运行并检查客户数据是否存在潜在错误和异常。
- d. 根据“项目规划”为每个产品类别提供标准的计量经济学建模服务，这些服务包括创建建模数据集，估算模型，评估模型质量以及根据需要对模型进行故障诊断。这包括所包含的每个产品类别的初始建模，以及基于 IBM 合理评估的类别动态变化，按合理周期进行的日常重新建模。如果客户需要重述数据，IBM 将与客户合作，确定是否保证重新装入重述的历史数据以及是否保证对受影响的产品类别进行重新建模，这可能需要收取额外费用，费用届时由双方协定。
- e. 提供标准的日常帐户管理服务，以便确保实施团队退出后客户可得到支持。该帐户管理服务以远程方式提供，每周服务时间不超过 6 小时。

### 5.3 平台支持服务的相关客户职责

客户负责提供以下各项：

- a. 根据需要直接访问 IBM 资源，完成所分配的平台支持服务活动

- b. 适当水平和数量的客户资源参与该项目，包括：
- IT 程序员，与 IBM 的数据集成团队协作，创建并维护适当的数据接口。
  - 来自企业的代表，确保应用程序需求正确地转化为数据提取的内容。
  - 强大的项目团队，负责执行以下所需的技术和业务流程工作：
    - 相关的数据映射文档
    - 根据商定的时间安排传输客户数据
    - 符合当前 IBM 导入数据规范文档中指定的 IBM 格式的客户数据。
    - 能够及时处理任何问题的资源
    - 客户支持，确保所提供的信息正确无误。

客户确认，如果未能履行以上义务，可能影响 IBM 提供平台支持服务的能力。如果平台支持服务延迟，或者 IBM 提供平台支持服务的成本由于客户未能执行以上任务或由于 IBM 控制之外的任何其他情况而增加，那么可能需要收取额外的费用。此类服务的额外费用和计费期限将单独订购，并在工作说明书中规定。

## 6. 期限和续约选项

IBM SaaS 期限自 IBM 通知客户可访问 PoE 中记录的 IBM SaaS 之日算起。PoE 将指定 IBM SaaS 是自动续约、在持续使用基础上继续，还是在期限结束时终止。

对于自动续约，除非客户在期限到期日期之前，至少提前 90 天发出不再续约的书面通知，否则将按照 PoE 中指定的期限对 IBM SaaS 自动续约。

对于持续使用，在客户提前 90 天发出终止书面通知之前，IBM SaaS 将以月为单位继续有效。IBM SaaS 的有效期将于 90 天期限过后的日历月末终止。

## 7. 技术支持

在订购时间段内，当 IBM 通知客户可以访问 IBM SaaS 后，将通过电子邮件、在线论坛和在线问题报告系统提供 IBM SaaS 技术支持。IBM 在任何此类技术支持中提供的任何增强、更新和其他资料都视作 IBM SaaS 的一部分，因此受到本 ToU 的约束。技术支持随附于 IBM SaaS，不作为独立产品提供。

《IBM 软件即服务支持手册》中描述了有关服务时间、电子邮件地址、在线问题报告系统以及其他技术支持沟通方式和流程的更多信息。

严重性	严重性定义	响应时间目标	响应时间覆盖范围
1	<b>关键业务影响/服务故障：</b> 业务关键功能无法操作或关键接口出现故障。该内容通常适用于生产环境，表示无法访问服务对运营造成了巨大影响。该情况需要立即提供解决方案。	在 1 小时内	全天候
2	<b>重大业务影响：</b> 某项服务的业务特性或服务功能在使用中受到严重限制，或者您可能错过业务截止期限。	在 2 个工作小时之内	周一到周五的工作时间
3	<b>轻微业务影响：</b> 表示服务或功能尚且可以使用，并不会对运营造成重大影响。	4 个工作小时之内	周一到周五的工作时间
4	<b>极小业务影响：</b> 查询或非技术请求。	在 1 个工作日之内	周一到周五的工作时间

## **8. IBM SaaS 产品附加条款**

### **8.1 数据和最低设备要求**

客户了解并同意：为了使用任何零售的 IBM SaaS，客户必须根据提供数据（“导入数据”）当日有效的“IBM 导入数据规范文档”，向 IBM 提供产品数据、财务数据和其他数据。IBM 将提供“IBM 导入数据规范文档”的最新副本，并且将自行决定随时对其进行修改。此外，每一种 IBM SaaS 都包含访问服务的最低设备要求，在服务规范中描述了这些最低要求，可根据请求提供这些信息。

出于本“协议”的目的，所有“导入数据”都被视为“内容”。

### **8.2 零售商的交易伙伴对导入数据的使用**

如果客户订购 IBM Deal Management、IBM Deal Management: Bill Distribution Module、IBM Shopper Insights 或 IBM Assortment Optimization，那么在订购周期内，客户授权 IBM 使用导入数据以便向同时订购了 IBM SaaS 并且需要访问导入数据的客户的交易伙伴提供 IBM SaaS。

### **8.3 归还导入数据**

IBM 应在订购周期终止或到期日期后九十 (90) 天内销毁其拥有的所有导入数据。可根据客户的书面请求归还导入数据，并且将根据额外的合同进行处理（需额外收费）。

### **8.4 IBM 对客户数据的使用**

IBM 可使用客户数据在非生产环境内进行内部研究、测试和开发，前提是 IBM 首先除去所有可能会揭示客户的身份或专有业务流程特征。客户可以选择通过联系技术支持来要求不得将其数据用于此类非生产目的。

### **8.5 隐私通知**

客户知晓并同意，作为 IBM SaaS 正常运行和支持的一部分，IBM 可通过跟踪和其他技术从客户（客户的员工和承包商）处收集有关 IBM SaaS 使用的个人信息。IBM 这样做的目的是为了改善用户体验和/或定制与客户的交互。客户确认其将取得或已取得同意，允许 IBM 在遵守适用法律的情况下，在 IBM、其他 IBM 公司及其分包商内部处理收集到的信息用于上述目的，无论我们和我们的分包商在何处开展业务。IBM 将履行客户的员工和承包商访问、更新、纠正或删除所收集信息的请求。

### **8.6 派生的获益场所**

基于客户指定为接收 IBM SaaS 获益的场所缴纳税款（如果适用）。除非客户向 IBM 提供其他信息，否则 IBM 将基于订购 IBM SaaS 时列为主要获益场所的业务地址适用税项。客户负责保持随时更新此类信息，并将任何更改提供给 IBM。

### **8.7 预览限制**

如果将 IBM SaaS 指定为“预览”，那么 IBM SaaS 仅供客户用于内部非生产活动或预览活动，包括测试、性能调优、故障诊断、内部基准评测、登台、质量评估活动和/或使用发布的应用程序编程接口开发内部使用的 IBM SaaS 插件或扩展。在没有获取相应生产环境权利的情况下，未授权客户将 IBM SaaS 的任何部分用于任何其他用途。

## 附录 A

**1. IBM Price Management**

IBM Price Management 支持零售商通过如下方式实施定价策略：确定给定商品的价格，并且通过实施定价规则对所有价格进行长期维护。零售商可以使用 IBM Price Management 定期设置方案、定制定价规则、利用系统规则为其所有商品定价，并响应数据变化（例如，供应商成本和竞争对手价格的定期变化）。

**2. IBM Price Optimization**

IBM Price Optimization 支持零售商创建并运行模拟和优化方案，以便定义战略目标（例如，增加收入、利润和销量），通过优化价格，最大限度地实现这些目标。

**3. IBM Promotion Planning**

IBM Promotion Planning 提供基于 Web 的协作界面，用于设置和管理商品级别和组级别促销，包括价格、有效期、绩效详细信息和位置。IBM Promotion Planning 支持零售商建立促销商品的单一存储库，改善可视性和问责制，从而帮助减少错误并精简执行过程。

**4. IBM Promotion Optimization**

IBM Promotion Optimization 帮助客户实时确定最佳促销方案，完成其销售和营销目标。零售商可以使用 IBM Promotion Optimization 来评估和预测供应商新提供的优惠，以及规划自有品牌和其他促销活动。IBM Promotion Optimization 可帮助零售商确定任何商品或促销商品组的折扣价；临时降价类型（例如，买一赠一、降价百分比和倍数）；以及使用商品推销支持（例如，广告和展示以及广告中的具体布置），最大限度地实现每一种促销所带来的递增式提升和对整个商店的影响。

**5. IBM Promotion Execution**

IBM Promotion Execution 支持零售商为其有关促销方案和活动的信息和内容（广告、传单、手机信息、电子邮件、显示屏和标牌等）构建单一存储库，包括任何副本和图像以及活动级别详细信息。

**6. IBM Markdown Optimization**

IBM Markdown Optimization 支持零售商为未分类的商品规划和优化定价、利润和库存级别。IBM Markdown Optimization 支持各种降价类型，包括季节性、较短的产品生命周期、活动和节假日、类别重置、周期更新和标准折扣降价。零售商还可以创建、预测、比较和评估多种降价定价方案，调整降价策略。

**7. IBM Deal Management**

IBM Deal Management 支持零售商在基于 Web 的环境中，自动执行和精简从消费品制造商交易伙伴处收到的有关促销的介绍、协商和协调信息。

**8. IBM Deal Management: Bill Distribution Module**

IBM Deal Management: Bill Distribution Module 支持零售商通过自动生成 PDF 发票并将这些发票安全地分发给消费品制造商交易伙伴来缩短处理周期，降低应收帐款周转率并减少手动错误。

**9. IBM Basket Insights**

IBM Basket Insights 支持零售商通过一系列仪表板来分析交易。

**10. IBM Shopper Insights**

IBM Shopper Insights 支持零售商通过一系列仪表板来分析购物者的行为（包括购买过程、购买频率和产品购买情况）。一旦某个特定零售商订购 IBM Shopper Insights，IBM 就会向该零售商的代理商交易伙伴提供 IBM Shopper Insights for Brokers，并向该零售商的消费品制造商交易伙伴提供 IBM Shopper Insights for Manufacturers。

## **11. IBM Assortment Optimization**

IBM Assortment Optimization 支持零售商基于购物者的购买行为、竞争环境和对商品仅仅只是重复销售还是提供产品类别的递增销售的量化的理解，按店铺群和货架确定应储备哪些商品。一旦零售商订购 IBM Assortment Optimization，IBM 就会向该零售商的供应商和交易伙伴提供 IBM Assortment Optimization for Manufacturers，以便他们与零售商协作，基于零售商的销售数据执行分类决策。

## **12. IBM Omni-Channel Merchandising Preview**

IBM Omni-Channel Merchandising Preview 允许当前客户预览将来的发布，帮助他们为新功能或更新做好准备。

## 附录 B

IBM 为 IBM SaaS 提供了以下可用性服务级别协议 (SLA)，如果在客户的权利证明 (PoE) 或交易文档中规定了该 SLA，那么它就适用。

本 SLA 是在客户订购开始时或续订时适用的最新版本。客户了解本 SLA 并不构成保证。

### 1. 定义

- a. **可用性积分** - 指 IBM 针对经验证的索赔将提供的补救措施。可用性积分将以针对 IBM SaaS 的将来订购费用的发票的贷记金额或折扣形式应用。
- b. **索赔** - 表示在约定的月份内未达到服务级别而由客户向 IBM 提交的索赔。
- c. **约定的月份** - 表示在 IBM SaaS 期间的每个完整的月份，度量方式为从美国东部时间当月第一天凌晨 00:00 起至当月最后一天晚上 23:59 止。
- d. **停机时间** - 表示 IBM SaaS 的生产系统处理停止，并且客户的用户无法使用具有许可权的 IBM SaaS 所有方面的时间段。停机时间不包括 IBM SaaS 由于以下原因而不可用的时间段：
  - (1) 已安排或已发布的维护中断；
  - (2) 超出 IBM 控制范围的事件或原因（例如，自然灾害、因特网中断、紧急维护等）；
  - (3) 由于客户或第三方的应用程序、设备或数据而导致的问题；
  - (4) 客户未能遵守访问 IBM SaaS 所需的系统配置及未使用受支持的平台；或
  - (5) IBM 遵守客户或代表客户的第三方提供给 IBM 的任何设计、规范或指令。
- e. **事件** - 表示导致无法满足 SLA 的某种或某一系列同时发生的状况。

### 2. 可用性积分

- a. 为提出索赔，客户必须在首次发现事件影响客户使用 IBM SaaS 的 48 小时内，通过 IBM 技术支持帮助中心对各项事件记录 1 级严重性支持凭单。客户必须提供有关该事件的所有必要的信息，并在合理范围内帮助 IBM 诊断并解决该事件。
- b. 客户必须在受索赔的“约定的月份”结束后的三 (3) 个工作日内提出可用性积分“索赔”。
- c. 可用性积分根据停机持续时间计算，停机时间从客户报告首次受停机时间影响的时间开始计算。对于每一项有效的索赔，IBM 会根据每个约定的月份内实现的 SLA 适用最高的可用性积分，如下表中所示。IBM 不负责对于同一个“约定的月份”内的相同事件多次适用可用性积分。
- d. 对于“捆绑服务”（打包并以单一组合价格一起销售的单项 IBM SaaS），可用性积分的计算将基于“捆绑服务”的每月单一组合价格，而非基于每个单项 IBM SaaS 的每月订购费用。在任何“约定的月份”内，客户只能针对捆绑服务中的一个单项 IBM SaaS 提出相关索赔，IBM 不负责对任何“约定的月份”内捆绑服务中的多项 IBM SaaS 有关的可用性积分都适用。
- e. 如果客户通过转售交易（IBM 在此交易中对履行 IBM SaaS 及 SLA 承诺承担主要责任）从有效的 IBM 经销商购买 IBM SaaS，那么“可用性积分”的计算将基于当时针对受索赔的“约定的月份”期间有效的 IBM SaaS 的“关系建议合理价 (RSVP)”，适用折扣费率为 50%。
- f. 针对任何“约定的月份”奖励的可用性积分总额，在任何情况下均不应超过客户向 IBM 支付的年度特定 IBM SaaS 费用的十二分之一 (1/12) 的百分之十二 (12%)。

### 3. 服务级别

约定月份内的 IBM SaaS 可用性如下：

约定的月份期间的可用性	可用性积分 (受索赔的“约定的月份”的每月订购费用的百分比)
97.00% - 99.00%	2%



约定的月份期间的可用性	可用性积分 (受索赔的“约定的月份”的每月订购费用的百分比)
95.00% - 96.99%	5%
低于 95.00%	12%

“可用性”（以百分比形式表示）计算方法为：(a)“约定的月份”内总分钟数，减去 (b)“约定的月份”内停机时间的总分钟数，再除以 (c)“约定的月份”内总分钟数。

示例：约定的月份内停机时间总计 500 分钟

30 天的“约定的月份”内总计 43,200 分钟 - 500 分钟停机时间 = 42700 分钟 <hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/> 总时间 43,200 分钟	= 2% 可用性积分， 在约定的月份内实现 98.8% 的可用性
--	-------------------------------------

#### 4. 除外条款

本 SLA 仅适用于 IBM 客户。本 SLA 不适用于：

- 测试版和试用版服务。
- 非生产环境，包括但不限于 Omni-Channel Merchandising Preview 或测试、灾难恢复、质量保证或开发环境。
- 客户的用户、访客、参与者以及 IBM SaaS 的获准受邀者提出的索赔。