

IBM Omni-Channel Merchandising

本使用條款 ("ToU") 由本 IBM 使用條款 - SaaS 特定供應項目條款 (「SaaS 特定供應項目條款」) 及標題為 IBM 使用條款 - 一般條款 (「一般條款」) 的文件構成, 該文件可於下列 URL 取得:
<http://www.ibm.com/software/sla/sladb.nsf/sla/tou-gen-terms/>。

如互有牴觸者, 前項「SaaS 特定供應項目條款」較「一般條款」優先適用。一經訂購、存取或使用 IBM SaaS, 即表示「客戶」同意本使用條款。

「使用條款」受所適用之「IBM International Passport Advantage 合約」、「IBM International Passport Advantage Express 合約」或 IBM International Agreement for Selected IBM SaaS Offerings (視適用情況而定) (以下稱為「合約」) 之規範, 「合約」與「使用條款」共同構成本完整合約。

1. IBM SaaS

下列 IBM SaaS 供應項目受前項 SaaS 特定供應項目條款之規範:

- 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. 定義

下列名詞具有下述所規定的意義:

「**消費品**」或 **CP** - 係指任何為直接銷售給消費者而被生產或配銷之商品或其元件。舉例來說, 「消費品」包括衣服與鞋類、食物與飲料、家庭與個人護理用品、消費者耐用品與家庭用具、消費者非耐用品、特產, 以及寵物護理用品, 但不包括汽車、飛機、理財工具、服務或房子。

「**所含企業**」- 係指「客戶」訂用 IBM SaaS 時之分公司、業務單位或通路 (例如: 實體商店與線上電子商務)。

「**所含地理位置**」- 係指「客戶」訂用 IBM SaaS 時所在之地理位置。

「**零售商**」- 係指從事於銷售「消費品」的「客戶」, 而所銷售產品是消費者直接消費使用的小型或個別貨品。

「**銷售總額**」- 係指訂用 IBM SaaS 之法人營業收入, 不含所適用之營業稅, 由「所含企業」依第一期或續約間前最後所提報之十二個整月銷售產品所產生。如因併購致「所含企業」之非既有組織之業務成長者, IBM 得重新計算「銷售總額」。併購如有影響「所含企業」之「銷售總額」者, 「客戶」應即時通知 IBM。

未定義於本「使用條款」中的專有名詞 (以特別字型或標記顯示之條款者), 係在「合約」中另有定義。

3. 計費度量

IBM SaaS 係依「交易文件」所定下列其中一項計費度量而銷售：

- a. 「百萬收入轉換單位 (MRCU)」- 是取得 IBM SaaS 所依據的一種計量單位。「收入轉換單位」是與 IBM SaaS 相關之「收入」金額的計量單位，且其獨立於任何幣別。特定幣別「收入」金額必須依據轉換單位表 (http://www-01.ibm.com/software/passportadvantage/conversion_unit_table.html) 轉換為 RCU。每一 MRCU 授權代表「一百萬個 RCU」。「客戶」需取得足以涵蓋以下所定「收入」金額之 MRCU 授權數。
- b. 「約定」- 是取得服務所需的一種計量單位。一個「約定」(Engagement) 係由有關 IBM SaaS 的專業及/或訓練服務組成。「客戶」應取得足夠的授權數，才能涵蓋每一個「約定」。

附註：「收入」之定義/範圍因特定 IBM SaaS 供應項目而異，如下所示：

IBM SaaS	收入之定義
IBM Price Management IBM Basket Insights IBM Shopper Insights IBM Assortment Optimization IBM Deal Management IBM Deal Management: Bill Distribution Module	「收入」係為「客戶」預定搭配本 IBM SaaS 一併使用之「所含企業」之「銷售總額」（訂用可能以「所含企業」之特定產品種類為限）。
IBM Price Optimization	「收入」係為「客戶」預定優化之「銷售總額」（可僅就「所含企業」之一部分訂購服務）。
IBM Promotion Optimization IBM Promotion Planning IBM Promotion Execution	「收入」係為「所含企業」之「銷售總額」，且係由銷售「促銷品」所產生。基於本 IBM SaaS 之目的，「促銷品」是暫時特價及/或折扣的產品，或以任何促銷形式（包括且不限於暫時降價，即 TPR）銷售之產品，而前等「促銷品」會在廣告或傳單中提及、在實體商店之次要位置或網站的主頁面上顯示，以及在折價券上出現。「促銷品」不包括「減價品」。
IBM Markdown Optimization	「收入」係為「所含企業」之「銷售總額」，且係由銷售「減價品」所產生。基於本 IBM SaaS 之目的，「減價品」係為以永久減價之方式銷售之產品，通常係指清空過多之供應品，包括清倉大拍賣。

3.2 平台啟用服務

基於「平台啟用服務」之目的，「收入」係「所含企業」之「銷售總額」。

若要決定擬採購之所適用「平台啟用服務」等級，「客戶」應先決定其公司所適用之「十億收入轉換單位 (BRCU)」。BRCU 是與 IBM SaaS 相關之「收入」金額的計量單位，且其獨立於任何幣別。特定幣別「收入」金額必須依據轉換單位表 (http://www.ibm.com/software/licensing/conversion_unit_table) 轉換為 RCU。每一 BRCU 授權分別代表十億（十的九次方）個 RCU。所計算所得之 BRCU，必須涵蓋 IBM SaaS 在計量期間所處理或管理之收入金額。

第 1 級 = 直到 3 BRCU

第 2 級 = 直到 8 BRCU

第 3 級 = 直到 15 BRCU

第 4 級 = 超過 15 BRCU

4. 計費及付款

IBM SaaS 的付款金額明訂於「交易文件」中。

4.1 設定

設定費將明訂於「交易文件」中，並依適用之情形收取首次或額外設定費。

a. **IBM Omni-Channel Merchandising 一次設定**

IBM 將在初次供應 IBM SaaS 時收取一次設定費用。費率及付款期限將明訂於「交易文件」中，並依約定開立發票收取費用。

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

IBM 將就每一所訂購的 **Additional Application Setup Fee** 收取設定費用。費率及付款期限將明訂於「交易文件」中，並依約定開立發票收取費用。

4.2 部分每月費用

「交易文件」所定部分每月費用得按比例計算之。

5. 後續服務訂用

IBM SaaS 的「客戶」可以取得下列遠端服務：

- IBM Price Management - 平台啟用服務
- IBM Promotion Planning - 平台啟用服務
- IBM Price Optimization - 平台啟用服務
- IBM Price and Promotion Optimization - 平台啟用服務
- IBM Promotion Optimization - 平台啟用服務
- IBM Markdown Optimization - 平台啟用服務
- IBM Basket Insights - 平台啟用服務

5.1 **IBM Price Management - 平台啟用服務、IBM Promotion Planning - 平台啟用服務、IBM Basket Insights - 平台啟用服務**

IBM 將：

- 協同「客戶」取得所有必要資料欄位（「客戶資料」），該等資料欄位係指所適用之 SaaS 供應項目之相關 **IBM Import Data Specification Document** 所示者。
- 根據每週或每日規律來接收及載入「客戶資料」，並使用標準工具來維護資料轉換介面（輸入及輸出）。若客戶在首次實施「客戶資料」後修改其格式、要求以不同格式將檔案傳回給「客戶」，或要求 IBM 修改資料比對及自動化 **Script** 以利用新資料，則可能加收額外費用。
- 提供標準持續帳戶管理服務，以確保在實施團隊退出時，「客戶」仍受支援。此帳戶管理服務將在遠端提供，而且每週將不超過 4 小時。

5.2 **IBM Price Optimization - 平台啟用服務、IBM Promotion Optimization - 平台啟用服務、IBM Markdown Optimization - 平台啟用服務、IBM Price and Promotion Optimization - 平台啟用服務**

IBM 將：

- 協同「客戶」取得所有必要資料欄位（「客戶資料」），該等資料欄位係指所適用之 SaaS 供應項目之相關 **IBM Import Data Specification Document** 所示者。
- 根據每週或每日規律來接收及載入「客戶資料」，並使用標準工具來維護資料轉換介面（輸入及輸出）。若客戶在首次實施「客戶資料」後修改其格式、要求以不同格式將檔案傳回給「客戶」，或要求 IBM 修改資料比對及自動化 **Script** 以利用新資料，則可能加收額外費用。
- 對模型化的產品種類執行其標準資料驗證。資料驗證由執行並檢查「客戶資料」是否有潛在錯誤及異常的自動化工作所組成。

- d. 根據「專案計劃」為每一個產品種類提供其標準經濟計量建模服務，這些服務包括建立建模資料集、估計模型、評量模型品質，以及視需要對模型進行疑難排解。這包括為每一個包括的產品種類進行起始建模，以及根據 IBM 合理評量的種類動態，以合理的規律進行持續重新建模。於「客戶」回復資料時，IBM 將與「客戶」合作，以判定是否須重新載入回復的歷程資料，以及重新建立受影響產品種類的模型，此舉可能在當時需要額外費用並需被同意才能進行。
- e. 提供標準持續帳戶管理服務，以確保在實施團隊退出時，「客戶」仍受支援。此帳戶管理服務將在遠端提供，而且每週將不超過 6 小時。

5.3 「客戶」對「平台啟用服務」之責任

「客戶」必須負責提供下列事項：

- a. 視需要為 IBM 人員提供直接存取，以完成指派之「平台啟用服務」活動。
- b. 專案中「客戶」應提供之人員的適當等級及數目包括：
 - 使用 IT 程式設計師與 IBM 資料整合團隊來建立並維護適當資料介面
 - 業務代表，其可確保應用程式需求適當地轉換為資料擷取內容
 - 能執行下列專案必需之技術與業務程序工作之強大專案團隊：
 - 相關的資料比對文件
 - 根據同意的時間表來傳輸「客戶資料」
 - 符合現行 IBM Import Data Specification Document 所定 IBM 格式之「客戶資料」。
 - 可及時處理任何問題的資源
 - 確保所提供的資訊正確無誤的客戶支援中心。

「客戶」同意如其未能履行上述義務，可能會影響 IBM 提供「平台啟用服務」之能力。如果由於「客戶」無法執行上述作業，或由於任何其他超出 IBM 控制的情況而導致延遲「平台啟用服務」，或者增加 IBM 提供「平台啟用服務」的成本，則可能加收額外費用。這類服務的額外費用及計費條款將需個別訂購，並明訂於「工作說明書」中。

6. 期間及續約選項

IBM SaaS 之期間，自 IBM 通知「客戶」其可存取 IBM SaaS 之當日起算，詳如「權利證明書」之規定。權利證明書應載明 IBM SaaS 是要自動續約、持續使用方式，或於期間結束時終止。

如係自動續約，除非「客戶」於前項期間到期日九十日（或更早）前為不續約之書面通知，否則，IBM SaaS 將依「權利證明書」所載明之期間自動續約。

如係持續使用，將依按月之方式持續提供 IBM SaaS，至「客戶」提供 90 日期前終止之書面通知為止。IBM SaaS 將繼續提供至前述九十日期間到期之日當月月底。

7. 技術支援

IBM SaaS 之技術支援係於「訂用期間」及 IBM 通知「客戶」已可存取 IBM SaaS 後，透過電子郵件、線上討論區及線上問題提報系統提供。由 IBM 提供，作為任何該等技術支援之一部分之任何加強功能、更新項目及其他資料，視為 IBM SaaS 之一部分，並受本「使用條款」之規範。技術支援僅隨附於 IBM SaaS 而提供，無法作為單獨供應項目而提供。

有關可用時間、電子郵件位址、線上問題提報系統，以及其他技術支援通訊方式與程序之其他資訊，載明於 IBM Software as a Service Support Handbook（IBM 軟體即服務支援手冊）。

嚴重性	嚴重性定義	回應時間目標	回應時間涵蓋範圍
1	顯著業務影響/服務停機： 業務重要功能無法運作或重要介面故障。此情況通常適用於正式作業環境，且顯示因無法存取服務而對作業造成重要影響。此狀況需要立即解決方案。	1 小時內	全年無休

嚴重性	嚴重性定義	回應時間目標	回應時間涵蓋範圍
2	顯著業務影響： 服務之服務業務特殊裝置或功能使用嚴重受限，或「客戶」有錯過業務截止日之虞。	2 營業小時內	週一至週五營業時間內
3	次要業務影響： 表示服務或功能無法使用，但對作業未造成重要影響。	4 營業小時內	週一至週五營業時間內
4	些微業務影響： 查詢或非技術要求	1 個營業日	週一至週五營業時間內

8. IBM SaaS 供應項目附加條款

8.1 資料及設備最低需求

「客戶」瞭解並同意，為了能夠使用任何零售型 IBM SaaS，「客戶」必須提供 IBM 必要的產品、財務及其他資料（「匯入資料」），其規定於資料提供之當日有效之 IBM Import Data Specification Document。IBM 將提供現行 IBM Import Data Specification Document 之複本，並得自行決定隨時予以修改。此外，各 IBM SaaS 均定有存取服務所需之設備最低需求，此等需求載明於服務說明書，並於提出要求時提供之。基於「合約」的目的，所有「匯入資料」應該視為「內容」。

8.2 零售商交易夥伴對「匯入資料」之使用

若「客戶」已訂用 IBM Deal Management、IBM Deal Management: Bill Distribution Module、IBM Shopper Insights 或 IBM Assortment Optimization，「客戶」應於「訂用期間」授權 IBM 得使用「匯入資料」，以提供 IBM SaaS 予亦已訂用 IBM SaaS 且須存取「匯入資料」之客戶交易夥伴。

8.3 匯入資料之歸還

IBM 將於「訂用期間」終止日或到期日後九十日內銷毀其持有之「匯入資料」。於書面要求時，會將「匯入資料」予以歸還，且依另外訂立之契約條款予以處理並收取額外費用。

8.4 IBM 對「客戶資料」之使用

IBM 得基於非正式作業環境中之內部研究、測試及開發之目的而使用客戶資料，惟 IBM 需先移除可能洩露「客戶」之身分或專有商業程序之一切特徵。「客戶」得聯絡「技術支援中心」，選擇不將其資料使用於前項非正式作業目的。

8.5 隱私權注意事項

「客戶」知悉並同意，IBM 得就 IBM SaaS 之使用，藉由追蹤及其他技術，蒐集「客戶」（「客戶」之員工及約聘人員）所提供之個人資料，以作為 IBM SaaS 一般運作及支援之一部分。IBM 蒐集前述資料之目的，在於改善使用者之使用體驗及/或調整與「客戶」之互動方式。「客戶」確認其將取得或已取得同意，以允許 IBM 及其承包商執行業務時，得依適用法律，基於前項目的，於 IBM、其他 IBM 公司及其承包商內處理前項所蒐集之資訊。IBM 將依「客戶」之員工及約聘人員之要求，存取、更新、更正或刪除其所蒐集之資訊。

8.6 衍生受益之地點

在適用情形下，稅金之核算係以「客戶」於其收受 IBM SaaS 之權益時所指明地點為依據。除非「客戶」提供其他資訊予 IBM，否則 IBM 於核算稅金時，將以下列公司地址為依據，該地址係「客戶」訂購 IBM SaaS 時指明為主要受益地點。「客戶」應負責保持最新之前述資訊，並將其變更提供予 IBM。

8.7 預覽之限制

若 IBM SaaS 經指定為「預覽」，則「客戶」僅限將 IBM SaaS 使用於內部非正式作業或預覽活動，包括測試、效能調整、錯誤診斷、內部評比、暫置、品質確保活動及/或使用已發佈的應用程式設計介面，開發內部使用的 IBM SaaS 新增或延伸項目。未取得適當的正式作業授權，「客戶」無權將 IBM SaaS 的任何部分用於任何其他用途。

附錄 A

1. IBM Price Management

IBM Price Management 可讓零售商實施計價策略，方法為決定特定品項之價格，並透過施行計價規則隨時維持一切的價格。零售商可使用 IBM Price Management 設定實務範例、客製計價規則、制定系統規則，藉以為其所有商品定出價格並因應資料之變更，例如：定期性之供應商成本及競爭者價格。

2. IBM Price Optimization

IBM Price Optimization 可讓零售商建立及執行模擬與優化實務，在該等實務中訂定策略目標，例如：增加收入、利潤及銷售量，並以最能達成此等目標為目的，將價格優化。

3. IBM Promotion Planning

IBM Promotion Planning 提供具備協同功能之 Web 型介面，用以設定及管理品項及群組層級之促銷活動，包括價格、有效日期、效能詳細資料及位置。IBM Promotion Planning 可讓零售商建立促銷供應項目單一儲存庫以提高可見度與可問責度，且有助於減少錯誤及簡化執程序。

4. IBM Promotion Optimization

IBM Promotion Optimization 有助於客戶即時決定優化促銷活動，以達成其商品推銷及行銷目標。零售商可使用 IBM Promotion Optimization 評估及預測所要送入之供應商供應項目，以及規劃專用標籤及其他促銷活動。IBM Promotion Optimization 可協助零售商決定單一品項或促銷商品組之折扣價、暫時降價類型（例如：買一送一、打折、量販價），以及運用商品推銷支援（例如：廣告及展示）及廣告內之特定放置方式，將各促銷品之營收淨增額及商店業績成長總額提高。

5. IBM Promotion Execution

IBM Promotion Execution 可讓零售商為其有關促銷供應項目及事件（廣告、傳單、行動式裝置、電子郵件、展示、標牌等等）之資訊與內容建置單一儲存庫，包括複本與影像及事件層級詳細資料。

6. IBM Markdown Optimization

IBM Markdown Optimization 可讓零售商對不易分類之品項進行計價、利潤及庫存量進行規劃及優化。IBM Markdown Optimization 支援廣泛之減價類型，包括季節、短暫產品生命週期、節慶假日、種類重設、週期性更新及標準折扣減價等類型。零售商亦可建立、預測、比較及評估多種減價計價實務，進行減價策略之細部調整。

7. IBM Deal Management

IBM Deal Management 可讓零售商在 Web 型環境中，就其從消費品製造商交易夥伴收到之各項交易促銷活動，對該等促銷活動之簡報、協議及調解作業，實施自動化及簡化。

8. IBM Deal Management: Bill Distribution Module

IBM Deal Management: Bill Distribution Module 可讓零售商以自動化方式產生 PDF 發票，並以安全方式將其配送至消費品製造商交易夥伴，藉此縮短處理循環時間、應收帳款週轉率及人為錯誤。

9. IBM Basket Insights

IBM Basket Insights 可讓零售商透過一系列儀表板分析各項交易。

10. IBM Shopper Insights

IBM Shopper Insights 可讓零售商透過一系列儀表板分析購物者購物行為，包括旅行、採購頻率及產品採購等。IBM 將於特定零售商訂用 IBM Shopper Insights 後為該零售商之經紀商交易夥伴提供 IBM Shopper Insights for Brokers，並為該零售商之消費品交易夥伴提供 IBM Shopper Insights for Manufacturers。

11. IBM Assortment Optimization

IBM Assortment Optimization 可讓零售商基於下列各項以決定將依照商店叢集與貨架圖儲存之品項：購物者購物行為、競爭環境，以及從量化觀點瞭解某品項僅為重複品項或可提升該產品種類之銷售量。IBM 將於特定零售商訂用 IBM Assortment Optimization 後為該零售商之供應商及交易夥伴提供 IBM Assortment Optimization for Manufacturers，使該零售商之供應商及交易夥伴得以協同該零售商依其銷售資料制定分類決策。

12. IBM Omni-Channel Merchandising Preview

IBM Omni-Channel Merchandising Preview 可讓現行「客戶」預覽即將發行之產品，以協助該等客戶準備全新或更新功能。

附錄 B

IBM 提供 IBM SaaS 之下列可用性服務水準協定 ("SLA")，但僅於「客戶」的「權利證明書 (PoE)」或「交易文件」中有載明適用時，始適用之：

本 SLA 之版本，係以「客戶」開始訂用或續約訂用時的最新版本為準。「客戶」瞭解本 SLA 不構成任何保證。

1. 定義

- a. **可用度扣抵** - 係指 IBM 將針對已驗證之「請求」所提供的補救辦法。「可用度扣抵」將針對「貴客戶」未來訂用 IBM SaaS 之費用發票，以折抵或折扣方式提供之。
- b. **「請求 (Claim)」** - 係指「客戶」由於「合約月份」期間未符合「服務水準」之規定，而向 IBM 提交的請求。
- c. **合約月份** - 係指 IBM SaaS 實施期間的每一個完整月份，從當月第一天的美東時間 (EST) 上午 12:00 算起，直到當月最後一天的美東時間 (EST) 下午 11:59 為止。
- d. **停用時間** - 係指處理 IBM SaaS 的正式作業系統已停止的時段，而且「客戶」的使用者無法使用他們擁有許可權之 IBM SaaS 的全部功能。「停用時間」並不包括由於下列情況而無法使用 IBM SaaS 的時段：
 - (1) 基於維修目的而排定或公布的停止時間；
 - (2) 非 IBM 所能掌控的事件或原因（例如：天然災害、網際網路中斷、緊急維修等等）；
 - (3) 「客戶」或第三人之應用程式、設備或資料發生問題；
 - (4) 「客戶」未遵守存取 IBM SaaS 所需的系統配置及支援平台；或
 - (5) IBM 遵照「客戶」或代表「客戶」之第三人所提供予 IBM 之任何設計、規格或指示所為者。
- e. **事件** - 係指一種情況或一組一起發生的情況，導致無法符合 SLA 之規定。

2. 可用度扣抵

- a. 為提交「請求」，「客戶」應在得知「事件」影響「客戶」使用 IBM SaaS 的 48 小時內，於 IBM 技術支援中心服務台登錄各「事件」之「嚴重性層次 1」支援問題單。「客戶」應提供有關「事件」的所有必要資訊，並適度地協助 IBM 診斷及解決「事件」。
- b. 「客戶」最遲應於發生「請求」之該「合約月份」結束後三 (3) 個營業日內，提出「可用度扣抵」之請求。
- c. 「可用度扣抵」係根據從「客戶」報告第一次受到「停用時間」影響的時間算起的「停用時間」期間。對於每一個有效的「請求」，IBM 將依每一個「合約月份」期間達成的 SLA，選擇最高可適用的「可用度扣抵」，如下表所示。對相同「合約月份」中之相同「事件」，IBM 將不重複提供「可用度扣抵」。
- d. 對於個別 IBM SaaS 被一起包裝並以單一結合價格販售之「組合服務」，IBM 將根據「組合服務」的單一結合每月價格來計算「可用度扣抵」，而非以每個個別 IBM SaaS 的每月訂用費用計算之。「客戶」只能提交與任何「合約月份」中一個組合內某個個別 IBM SaaS 相關的「請求」，而且 IBM 將不會對任何「合約月份」中一個組合內的多個 IBM SaaS 提供超過一個的「可用度扣抵」。
- e. 若「客戶」已在轉售交易中從合格的 IBM 經銷商 (reseller) 購得 IBM SaaS，而在此交易中，IBM 係負起履行 IBM SaaS 及 SLA 承諾的主要責任者，則「可用度扣抵」將會根據「請求」之「合約月份」時有效的 IBM SaaS 最新的「關係建議批量價格 (RSVP)」，折扣率為 50%。
- f. 在任何情況下，於任何「合約月份」中，「可用度扣抵」總計以「客戶」取得特定 IBM SaaS 而支付給 IBM 之年費的十二分之一 (1/12) 的百分之十二 (12%) 金額為扣抵上限。

3. 服務水準

以下為「合約月份」期間的 IBM SaaS 可用度：

「合約月份」期間的可用度	可用度扣抵 (以「請求」之項目之「合約月份」的「每月訂用費用」百分比)
97.00% - 99.00%	2%
95.00% - 96.99%	5%
小於 95.00%	12%

可用度（以百分比表示）之計算為：(a)「合約月份」中的總分鐘數減去 (b)「合約月份」中「停用時間」的總分鐘數，除以 (c)「合約月份」的總分鐘數。

範例：「合約月份」期間的「停用時間」總共 500 分鐘

$\begin{array}{r} 30 \text{ 天「合約月份」，總共 } 43,200 \text{ 分鐘} \\ - \text{「停用時間」} 500 \text{ 分鐘} \\ = 42,700 \text{ 分鐘} \\ \hline \text{總共 } 43,200 \text{ 分鐘} \end{array}$	= 合約月份期間可用度達 98.8% 時為 2% 可用度扣抵
---	--------------------------------

4. 除外條款

本 SLA 只適用於「IBM 客戶」。本 SLA 不適用於下列情況：

- 測試版及試用版服務。
- 非正式作業環境，包括且不限於 Omni-Channel Merchandising Preview 或測試、災難回復、品質確保或開發。
- 由「客戶」的 IBM SaaS 使用者、來賓、參與者及允許的受邀者所提出的「請求」。