汉淳棉织造 · 项目建议

# 企业人工智能落地实施建议方案

## 拓展国内外客户渠道
## 把询盘跟进和内部提效做实

围绕真实工厂素材和产品资料，逐步建立内容生产、渠道分发、客户跟进与业务流程优化能力。每阶段的进度和成果都能在经营看板查看。

**第一阶段**
**内容生产**
**渠道拓展**

**第二阶段**
**询盘跟进**
**销售知识库**

**第三阶段**
**内部流程**
**效率优化**

### 逐阶段签约、实施与验收

每个阶段预计实施 2～3 周。该阶段验收后，双方再商谈是否启动下一阶段。

2026 年 11 月 18 日

项目背景

# 在下一轮招投标前着手培育新客户来源

根据前期沟通，现有国内业务主要来自少数集团客户，相关订单涉及招投标。建议在维护集团客户、准备投标的同时，建立国内外新客开发渠道，逐步降低客户集中风险。

### 01 先确定重点产品和采购对象

选择有真实资料、供应条件清楚、有人能接询盘的产品。把采购商最关心的规格、起订量、打样、质量和交付说明白。

### 02 内容发布与主动开发并行

短视频负责展示工厂和产品。对重点采购商，企业可用已审核的内容和产品资料主动触达。试点优先选择有采购意图、咨询易承接的渠道。

### 03 用询盘质量决定下一步投入

周复盘同时看发布量、有效询盘和报价或寄样进展。若咨询量起来但采购匹配度低，先调整选题、目标客群和咨询入口，再评估加大投入。

### 第一阶段先验证的能力

员工能用一批新的工厂素材独立发出内容，采购商能通过选定入口联系企业，运营能查到内容发去了哪里、询盘由谁承接。

实施安排

# 各阶段独立签约
# 交付验收后再谈下一阶段

每阶段先确认交付范围、费用和验收标准。合同签署且该阶段资料、账号权限与人员到位后启动。平台审核等因素纳入实际排期。

**01 内容工厂与获客渠道** 预计 2～3 周

产品资料、内容生产流程、试点分发与咨询入口、经营看板。

**02 询盘销售闭环与知识库** 预计 2～3 周

询盘归属、跟进提醒、回复和报价草稿、销售进展看板。

**03 内部重复性流程优化** 预计 2～3 周

选定流程试跑、人工复核、效率对比和岗位操作交接。

## 共用一套经审核的资料

先整理产品与工厂事实，再补充销售问答及报价依据，最后加入岗位操作规范。优先复用企业已有工具，由业务负责人审核资料及变更。

周期用于安排该阶段建设、试跑和交付。渠道培育与采购转化随市场和实际运营推进。

**第一阶段 · 内容工厂与渠道搭建**

# 用真实工厂素材持续生产和发布内容

汉淳提供有权使用的工厂、产品和设备素材。钼序搭建从选题到发布的流程，由运营人员用新素材试跑。

**素材入库 核实产品事实** → **选题脚本 AI 辅助剪辑** → **字幕与封面 人工审核** → **渠道分发 记录表现**

### 国内市场

以源头工厂为主线，讲清工艺、质检、定制和供货。可评估已有账号、1688、抖音或视频号。

### 海外市场

突出制造和交付证据，适配采购语言。可评估 B2B 平台、TikTok 或询盘页，批量定制优先承接询价。

共用已核实的产品事实和原始素材，按市场调整选题。以已审核的模板配置自动剪辑、批量字幕和封面，成片由人员确认。先选少量采购对象匹配、有人接待的渠道，按账号授权和平台能力选择自动分发或人工发布。

### 钼序免费协助搭建国内外渠道

针对双方确认的试点渠道，协助开通账号、配置主页和咨询入口，并完成首轮发布测试。

**交付** 重点产品资料、选题库与可复用模板、试点账号和入口清单、发布台账、操作说明及培训。

**验收** 企业员工用一批新素材完成选题、剪辑、审核和试点发布，回查发布链接、咨询入口及台账记录。

第一阶段 · 多入口与渠道代理

# 企业和代理都能分发 询盘统一登记

### 企业发布入口

企业运营从内容工作台领取审核通过的素材，用自营账号发布，保留平台、作品链接和发布时间。

### 代理分发入口

授权代理领取指定素材，在约定渠道发布或转发，回填发布记录，并用专属链接、二维码或表单引导咨询。

### 采购商从习惯的入口咨询

选定的站内私信、表单、企业微信、邮箱、网页及代理转介均可接入。能对接的入口自动登记，其余由接待人从平台或代理转介表补录。

### 每条记录留来源、归属和接待人

保留原始来讯时间、平台、素材、入口及可核实的代理标识。企业按产品、区域或代理授权分派，可由自营销售或授权代理接待。来源待核实、归属冲突或超时未接时，由企业负责人处理。

### 代理按授权范围看记录

代理可查看自己的分发记录，以及授权经手的询盘。重复提交先核对采购需求和联系方式，合并后保留原渠道记录。同一企业的不同需求分别登记。

### 验收 · 验证直客与代理两条路径

用样例验证入口、来源标记、分派通知和可见范围。尚无合作代理时，用模拟代理完成演练，正式启用以企业授权为准。

**经营看板 · 随阶段交付**

# 老板在一张看板看见三个阶段的进展

首页看当前阶段、里程碑和待处理事项。按日期、市场、平台、选题及自营或代理筛选，可点开内容、询盘或流程明细。




**第一阶段** 看活跃渠道、选题、待发布及每日实发量。按平台可得数据看曝光、播放、完播、互动、入口点击及咨询来源。启用投放时可查花费和留资。

**第二阶段** 看新增与有效询盘、负责人、首次响应、逾期跟进、报价、寄样及已记录的成交或关闭状态。

**第三阶段** 看试跑流程、处理量、平均耗时、返工或异常数、人工复核状态，以及优化前后的同口径对比。

## 验收 · 指标能查回明细

第一阶段用样例发布和询盘核对明细。运营每日登记，后台数据按可用权限和频率同步或导入，标注更新时间和缺失项。老板可只读查看。

视频投放 • 按需选配

# 从视频投放花费追到实际有效询盘

有投放计划时，先确认预算上限、目标人群、接待负责人和追踪方式。投放启用和预算调整由企业审批。

### 广告后台

按平台、计划和视频素材看花费、曝光、播放、点击、留资及平台留资成本。

### 企业询盘台账

看实际收到的询盘、去重后的有效询盘，以及接待、报价或寄样进展。

## 同一条视频保留可追踪的标识

记录素材编号、自然发布链接和广告计划编号。通过平台留资单号或咨询表单回传的来源标记匹配询盘。来源无法核实时标为待确认，平台仅提供混合数据时照实标明。

## 投放效果看两种成本

**平台留资成本** = 广告花费 ÷ 平台报告的留资数。
**有效询盘成本** = 广告花费 ÷ 同一投放范围内可追溯、去重且经销售确认有效的询盘数。

统一报表账户、币种、时区和统计时段，记录平台归因窗口。自然与付费按可识别来源查看，平台转化按原口径保留。分母为零或数据缺失时标明原因。

### 验收 • 报表和来源能回查

已启用时，用试点报表和样例询盘核对花费、来源及有效判定。未投放时，看板标记未启用，可用样表演练。

**第二阶段 · 询盘销售闭环与知识库**

# 每条询盘有人接<br>每次跟进有下一步

沿用第一阶段的询盘记录和来源，把产品知识扩展为销售可查、可用的问答和报价依据。优先用企业现有的表格或销售工具承接。

登记与去重 → 核实与分配 → 回复及报价或寄样跟进 → 记录结果或关闭原因

### 01 确认采购需求

记录企业和联系人、询价产品、规格、数量、交期、采购市场和触达来源。AI 辅助提取信息并提示应补问的内容，由销售确认有效性。

### 02 明确负责人和时限

每条询盘记录当前状态、负责人、下一步动作和到期时间，未按期处理时提醒与升级。代理按授权回填，重复上报和归属争议由企业复核。

### 03 按审核过的知识准备回复

知识库覆盖产品问答、起订与打样、供货及报价依据。AI 整理回复和报价草稿，正式报价、交期和其他商业承诺由授权人员审核确认。

**交付** 销售知识库、询盘台账及归属规则、跟进提醒、销售看板和操作交接。

**验收** 用实际或脱敏询盘跑通登记、分派、回复到报价准备或寄样跟进。现场复查知识检索、重复上报处理和提醒记录。

**第三阶段 · 内部流程优化**

# 优先改造一项高频、耗时的重复工作

复用前两阶段的产品与销售知识。按发生频率、人工耗时、规则清晰度和数据准备情况选场景，先做一项可交付流程，条件成熟时可约定第二项。

## 建议现场评估的场景

| | |
|---|---|
| **报价准备** | 提取采购要求，生成待核对的报价草稿。 |
| **投标资料整理** | 整理资质目录、有效期及待补清单。 |
| **生产或订单汇总** | 汇总已有记录，形成可复核的业务报表。 |

### 01 记录现状

选取真实或脱敏业务样本，记录现有处理时间、返工或错误，约定测试和验收方法。

### 02 配置并试跑

优先复用现有软件，配置必要功能。保留关键审核，异常交还业务人员处理并记录。

### 03 对比并交接

用可比样本检查耗时、返工和结果质量，由岗位人员复跑并确认日常维护方式。

**交付** 可运行的流程、使用说明、培训记录及前后对比记录。

**验收** 至少一个约定流程通过样本测试，岗位人员能独立完成操作、复核和异常处理。

效果衡量

# 用同一套口径复盘内容、询盘和效率

看板用于发现问题和决定后续投入。启动时双方确认有效询盘口径、数据来源、负责人和更新频率，试跑后根据基线再拟运营目标。

### 每日发布与制作耗时

发布数按渠道成功发布记录计算，同一素材发到两个渠道计两次，独立素材数另记。制作耗时从资料齐备到成片审核完成，按同类内容比较。

### 新增与有效询盘

新增按去重后的采购需求计数。建议将有可用联系方式、采购需求明确且与供货范围匹配的询盘列为有效，待核实的保留原状态。

### 响应、跟进与报价进展

首次响应从实际来讯到第一次有效回复。按期跟进率为到期事项中准时完成的比例。比较报价或寄样进展时，按同批询盘和相同观察周期复查。

### 内部流程效率

记录优化前后处理同类任务的单件耗时、返工和结果质量，采用同一测试口径，保留样本和人工复核记录。

**建议每周用看板做三项决定**

保留或调整哪些渠道和选题、谁负责处理未接及逾期询盘、哪些流程达到交付标准或还需要修正。

部署与算力费用

# 按企业现有条件部署 支持 24 小时在线

服务器、网络和相关服务正常运行时，获授权的企业人员可随时登录系统，制作内容、查看经营看板和业务记录。

## 启动前确认服务器与访问条件

| | |
|---|---|
| **已有本地服务器** | 部署在企业现有的本地服务器，按使用需要配置访问权限。 |
| **已有云服务器** | 部署在企业现有的云环境，配置所需运行环境与访问权限。 |
| **暂无服务器** | 钼序协助选型、搭建服务器环境，完成约定的应用部署和数据初始化。新增设备或云资源的费用在部署前确认。 |

## 实施至正式交付

部署、调试和试运行所需的 AI 算力费用由钼序承担。

## 正式交付后

日常使用产生的 AI 算力费用由企业承担。钼序可提供优惠采购渠道，具体价格以届时渠道报价为准。

## 验收 · 内容制作和看板均可使用

使用企业账号实测登录、内容制作和看板查看，并交接访问方式与算力使用说明。

双方分工与启动事项

# 先定第一阶段范围 再确认如何验收

**汉淳棉织造**

确认产品和市场，提供真实资料、可用素材及经授权的账号。明确产品审核、运营、代理管理和销售接待负责人，安排试跑与验收。

**钼序 MOX**

完成需求诊断、工具和流程配置、约定渠道的基础协助、看板搭建、样例测试、人员培训及交付验收。

01 **确定首批产品、市场与渠道**

核对产品规格、供货能力、可公开资料和采购对象，同时确认投标节点与国内外渠道的准备情况。

02 **确认接待、代理与投放安排**

明确咨询接待人与备用负责人。涉及代理时，确认分发范围、线索归属和访问权限。涉及投放时，确认预算与目标。

03 **确定第一阶段合同与验收方式**

约定试点范围、交付数量、费用、周期和验收材料。现场核对发布与试跑记录、咨询入口和看板明细。

**项目报价按各阶段范围另行确认**

广告费及平台费用按实际使用支付。长期代运营、独立站建设和复杂系统对接等服务另行约定。