

中国移动应用商场（Mobile Market）品牌店业务运营管理办法（V2.1）

中国移动通信集团广东有限公司

2012年3月

修订历史记录

版本	日期	AMD	修订者	说明
1.0	2011 年	A	李海军	制定办法
2.0	2012 年 3 月	M	蔡琨	1、增加了“第三章 合作伙伴资质变更原则” 2、增加了“第四章 品牌店考核细则” 3、增加了附录 2：品牌店内容推荐规则 4、增加了附录 1：合作伙伴品牌店补充协议 5、增加了依据《移动应用商场（MOBILE MARKET）开发者管理办法》
2.1	2012 年 3 月 19 日	M	蔡琨	1、增加第八章，品牌店合作伙伴退出机制

(A-添加, M-修改, D-删除)

第一章 总则

第一条 为规范移动应用商场（Mobile Market）品牌店所涉及各项工作的管理，明确各项工作标准和流程，提升运营工作开展效率，合理引入最优质的合作伙伴，并充分调动合作伙伴积极性，通过品牌精品带动移动应用商场（Mobile Market）业务的发展，特制定本办法。

第二条 本办法所称移动应用商场（Mobile Market）品牌店，是指知名手机游戏、软件开发商、数字内容提供商、移动运营商、终端设备厂商、互联网企业等在移动应用商场（Mobile Market）中开设的，专门销售其品牌所出品的一系列手机应用的专卖店。

第三条 本办法所称的品牌店资质，是指品牌店合作伙伴在 MM 品牌店建立的品牌店专区资质，以合作伙伴提交的入驻申请资料为准。品牌店资质包括但不限于：

- （一）品牌店名称、品牌店 LOGO；
- （二）品牌店应用经营范围（游戏、主题、软件）；
- （三）品牌所有者或授权运营者；

第四条 本办法中所称品牌店套餐，是指通过整合品牌店合作伙伴的优势资源，将多个应用打包组合成套餐形式并定价销售，套餐内应用每月按一定比例进行更新，用户可以以优惠的价格获得更多的优质应用。移动应用商场（Mobile Market）增加套餐业务形式，通过多种营收手段提高商场盈利能力的同时能够有效维系用户群体，为精细化用户群体颗粒度，识别忠实用户，提高营销资源使用效率提供支撑手段。

第五条 本办法中所称首发应用，包括全球首发、国内首发及汉化版全球首发三类应用。其中，全球首发应用是指应用供应商所提供之手机应用从未在任何渠道或平台发行过，在移动应用商场（Mobile Market）属于首次发行；国内首发应用是指应用供应商所提供之手机应用已在中国以外的地区发行过，在移动应用商场（Mobile Market）属于国内首次发行；汉化版全球首发应用是指应用供应商所提供之应用已在中国及其以外的地区发行过，但其汉化版从未在任何渠道或平台发布过，在移动应用商场（Mobile Market）属于首次发行。

第六条 本办法适用于移动应用商场（Mobile Market）品牌店自有运营及第三方合作支撑人员，已签约或拟申请签约为移动应用商场（Mobile Market）品牌店的所有合作伙伴，以及与移动应用商场（Mobile Market）品牌店日常工作开展相关联的所有人员或机构。本规范的所有权、最终解释权、修订权归中国移动。

第二章 品牌店准入原则

第七条 品牌店合作伙伴范围

本办法合作伙伴包括但不限于以下范围，移动应用商场（Mobile Market）可根据实际业务发展需要，对合作伙伴范围进行考察和扩展。国外合作伙伴可为其在国内指定的授权代理，或其在国内设立的子公司，原则上 SP 不参与品牌店合作。

品牌店合作伙伴数量不多于 50 家，一旦满额则除非有合作伙伴退出，否则不再接受新增合作伙伴。

（一） 游戏、软件开发商

国内外传统手机游戏、软件开发商，拥有独立开发手机游戏、软件的研发团队，具备持续出品投放新应用和维护旧版本应用的能力。

（二） 第三方手机应用商场

1、移动运营商：国内外移动运营商，拥有较强产业链整合能力，通过开设手机应用商店，聚集一定规模和数量的开发者和优质应用。

2、手机终端厂商：国内外手机终端厂商，拥有终端或终端平台把控优势，通过开设手机应用商店，聚集一定规模和数量的开发者和优质应用。

3、互联网企业：国内外互联网企业，特别移动互联网企业，拥有行业运作经验及技术优势，通过开设手机应用商店，聚集一定规模和数量的开发者和优质应用。

（三） 数字内容提供商

国内外数字内容提供商，拥有海量的数字内容素材，包括视频、音乐、动漫、书籍、杂志等，可快速、规模转化为手机应用，满足用户多样化体验需求。

第八条 品牌店合作伙伴资质要求

（一） 基本要求

原则上，申报品牌店的合作伙伴需为已在中国移动开发者社区 (<http://dev.10086.cn>) 注册并通过合作伙伴资质审核成功签约成为中国移动应用商场 (Mobile Market) 的企业级开发者。

（二） 附加要求

1、如所申报合作伙伴为报社、杂志社，则需提供新闻出版总署（或各省、自治区、直辖市新闻总局）、工信部（或各省、自治区、直辖市局）、卫生部（或各省、自治区、直辖市卫生行政部门）、教育部（或各省、自治区、直辖市教育行政部门）、证监会等相关部门颁发的发布对应信息服务的许可证。

2、如所申报合作伙伴为新闻门户网站，则必须具有中华人民共和国国务院新闻办公

室颁发的《中华人民共和国互联网新闻信息服务许可证》或省（直辖市）人民政府新闻办公室颁发的《互联网新闻信息服务许可证》。

3、如所申报合作伙伴为报社、杂志社，新闻门户网站以外的第三方公司，但该公司属于以上的下属公司，需要提供上级报社、杂志社，新闻门户网站所具备的相对应的信息服务的许可证；同时需要签约公司提供从合作报社、杂志社，新闻门户网站获得内容版权的授权及年限证明。

4、如果申报合作伙伴为报社、杂志社，新闻门户网站以外的第三方公司，且该公司与以上没有从属关系，属于独立的合作关系，需要提供签约公司所具备的相对应的信息服务的许可证；同时提供签约公司从合作报社、杂志社，新闻门户网站获得的在移动增值业务领域的授权及年限证明。

5、如果申报合作伙伴为品牌店合作运营中根据管理办法而被要求退出的合作伙伴，则要求其最少退出一年后才能够再次申请进入品牌店。

第九条 品牌店申报基本要求

（一）应用数量和质量

截止当期受理评审日，申报品牌店合作伙伴在移动应用商场（Mobile Market）上架销售的应用数量需达到 20 个或以上，其中按次下载应用的免费比例至少需占 20%，或先使用后付费应用比例至少占 30%。

在满足以上应用数量前提下，合作伙伴提供的整体应用质量需达到《中国移动应用商场（Mobile Market）精品应用管理办法》精品入库环节评审要求。

首发应用例外说明：合作伙伴所提供的 20 个或以上应用中，如全部或部分为首发应用，则该部分应用无需满足“已上架销售”条件约束，即可为已通过中国移动终端软件测试中心测试及达到《中国移动应用商场（Mobile Market）精品应用管理办法》精品入库环节评审要求，但因需在特定时间于移动应用商场（Mobile Marekt）首发而暂未上架销售的应用。

（二）应用机型适配数量

截止当期受理评审日，申报品牌店合作伙伴在移动应用商场（Mobile Market）上架销售的应用需适配移动应用商场（Mobile Market）所指定的各终端平台重点机型中的一半或以上机型；或所适配机型不到一半，但其所适配全部机型对应覆盖的存量用户总数达 20 万或以上，在网用户数量统计以中国移动经营分析系统当期数据统计为准。重点机型信息样例详见附件 1《2011 年一季度移动应用商场（Mobile Market）Android 和 OPhone 平台重点机型信息》，该机型信息由移动应用商场（Mobile Market）负责每月更新，每期评审中机型适配标准审核以当期对应月份发布的重点机型信息为准。

（三）应用违规操作情况

截止当期受理评审日，申报品牌店合作伙伴及其在移动应用商场（Mobile Market）销售的所有应用，不得有业务违规操作，如版权问题、不知情订购问题、刷榜等问题。

（四）品牌店运营支撑团队配置

拟申报品牌店合作伙伴，原则上需承诺配置至少 2 人 A、B 角编制的常态化运营人员，作为与中国移动应用商场（Mobile Market）的常态化沟通接口，响应中国移动应用商场（Mobile Market）业务需求，确保品牌店各项工作正常、高效开展。

第十条 品牌店申报评审流程

（一）申报时间

移动应用商场（Mobile Market）每个季度的第一个月 15 号进行品牌店开店资格评审，符合前述条件要求的合作伙伴，原则上需于当期评审的 15 个工作日内将相关申报材料发送至 MM_Brand@139.com 品牌店合作统一受理邮箱。业务发展初期，移动应用商场（Mobile Market）根据业务发展需要，通过定向拓展方式邀请优质合作伙伴参与评审。

（二）申报材料

申报材料需包括但不限于以下内容，移动应用商场（Mobile Market）对所有申报材料，按照公司项目合作文档管理要求，统一进行归档管理。

1、主述材料以 PPT 形式提供，介绍公司基本情况（注册资金、人员团队等）、品牌店运营范围【游戏/实用软件/音乐/书籍/报刊杂志/视频/主题】、品牌店拟主推的 10 个精品应用介绍、品牌店运营方案、传播推广资源投放计划、运营团队人员配备等；

2、所申报品牌店中销售的应用版权或授权证明；

3、公司合法资质证明。

（三）品牌店专家评审小组

1、评审工作组由互联网基地牵头组织，组长由互联网基地部门经理担任，评委由数据部、市场部、客户服务部、数据业务运营中心、财务部等部门分别推荐人员，与每期由广州、深圳、东莞、佛山等 4 个一类地市公司轮流推荐的 1 名 Mobile Market 业务运营推广骨干人员共同组成，评委应是 5 人以上的单数，每个部门参与人员不超过评委总人数的 2/5；

2、原则上，同一评委不能在连续两期评审中出现；

3、当期评委一经确定，原则上不得更换。如需更换，应经评委所在部门领导、工作组组长和纪检部门同意。评委名单在评审结果确定前应当保密。

4、当期评审工作，需由纪检监察部门指派监察员对评审过程实施监督。

（四）评审流程

1、原则上，评审工作于每期评审申报截止时间的 5 工作日后开展，每个季度开展一次；

2、由移动互联网基地牵头组织品牌店专家评审小组，对已满足前述合作资质及基础申报要求的合作伙伴，从公司综合实力（30%）、应用整体质量（30%）、应用过往销售情况（10%）、运营及推广资源投入度（30%）、提供的首发应用款数（加分项 10%）等对候选合作伙伴进行综合评审；

3、评委根据综合评分结果，按照从高分到低分，优先推荐高分合作伙伴入选；如遇同分情况，依据合作伙伴在移动应用商场《开发者分层分级管理体系》的积分评级，优

先推荐评级高的合作伙伴入选；当期推选合作伙伴名额不能够超出品牌店剩余名额，并在系统进行为期 5 天公示；

4、公示期结束无异议后，由互联网基地以呈批件形式将推荐结果呈报省公司领导进行决策，决策通过后向总部进行报备；

5、报备完毕后，合作伙伴与中国移动应用商场（Mobile Marlet）签署移动应用商场品牌店合作协议（补充协议）。协议样例详见附件 1：移动应用商场品牌店合作协议（补充协议），最终协议条款以与合作伙伴协商确认后为准。

第三章 合作伙伴资质变更原则

第十一条 合作伙伴资质变更范围

合作伙伴若需对以下内容进行变更修改，视为品牌店资质变更：

- （一）品牌店名称、品牌店 LOGO；
- （二）品牌店应用经营范围（游戏、主题、软件）；
- （三）品牌店所有者或授权运营者；

第十二条 资质变更流程

（一）涉及品牌店名称、品牌店 LOGO 的资质变更

1、变更申报时间：每月第一周

2、变更申报材料：

- 纸质变更申请报告。报告中需注明申请方：运营合作伙伴名称以及受理方：中国移动应用商场（Mobile Market），盖公司印章。

3、审批流程

- 合作伙伴提交纸质变更申请报告；
- 中国移动应用商场（Mobile Market）互联网基地部门经理或以上级别领导审核确认；

- 品牌店执行资质变更并归档存底；

(二) 涉及品牌店应用经营范围、品牌店运营合作伙伴的资质变更

1、变更申报时间：每个季度的第一个月，与品牌店开店评审申报时间相同。

2、变更申报材料

- 纸质变更申请报告；报告中需注明申请方：运营合作伙伴名称以及受理方：中国移动应用商场（Mobile Market），盖公司印章。

- 变更说明材料（PPT：涉及运营范围、品牌所有者变更时适用）：

- ◇ 资质变更背景、目的；
- ◇ 变更后主要产品介绍；
- ◇ 变更后品牌店运营工作规划；
- ◇ 现有运营工作情况介绍；

3、评审小组

变更评审工作与品牌店开店评审会一并完成，评审会小组人员结构一致。

4、审批流程

- 原则上，评审工作于每期评审申报截止时间的 5 工作日后开展，每个季度开展一次；
- 由移动互联网基地牵头组织品牌店专家评审小组，对申报资质变更的合作伙伴，从公司综合实力（30%）、变更范围应用内容质量（30%）、运营及推广资源投入度（30%）、过往品牌店考核情况（10%）、变更范围提供的首发资源情况（加分项 10%）等对候选合作伙伴进行综合评审；
- 评委根据综合评分结果，核准当期资质变更合作伙伴申请，并在系统进行为期 5 天公示；
- 公示期结束无异议后，由互联网基地以呈批件形式将推荐结果呈报省公司领导进行决策，决策通过后向总部进行报备；

- 报备完毕后，合作伙伴与中国移动应用商场（Mobile Market）协商重新修订并签署移动应用商场品牌店合作协议（补充协议）。

第十三条 曾有违规记录的合作伙伴不具备申请资质变更资格。

第四章 品牌店运营原则

第十四条 合作伙伴在移动应用商场（Mobile Market）WWW 门户、WAP 门户及手机客户端上的品牌店页面需每月更新，并能配合商场整体改版要求和进度进行改版。

第十五条 合作伙伴应用需每月进行更新，更新量需符合品牌店运营考核办法要求。

第十六条 合作伙伴每年需至少在移动应用商场（Mobile Market）投放至少 1 款首发应用，如承诺独家首发，包括国内独家首发和全球独家首发。

第十七条 合作伙伴应用在国内第三方销售渠道的销售价格不得低于在移动应用商场（Mobile Market）上的销售价格。

第十八条 合作伙伴应积极开展自主运营工作，每周不少于一次，包括但不限于：论坛发帖、自主专区内广告更新等。

第十九条 合作伙伴配合移动应用商场（Mobile Market）品牌店开展的日常工作，包括但不限于移动应用商场（Mobile Market）品牌店策划的专题应用征集、营销活动应用征集、工作会议、新业务试点等。

第二十条 合作伙伴需在 24 小时内以电话或邮件方式对商场客服问题作出回应，72 小时内解决问题。

第二十一条 合作伙伴一旦违反《移动应用商场（Mobile Market）开发者管理办法》中的除一类违约情况外的其他违约情况，包括但不限于应用刷榜、不知情订购投诉消费等违规运营，除根据合作伙伴违约管理规定处罚外，同时对其品牌店专区、业务作沉底一个月处罚处理并品牌店频道内不提供例如短信宣传、营销活动等营销资源支持。

第二十二条 移动应用商场（Mobile Market）推广资源原则上向上月考核排名前列

的品牌店倾斜。

第二十三条 合作伙伴可向移动应用商场（Mobile Market）申请参与或将其应用产品推荐至品牌店的单品推荐、专题、联合营销、小型促销等推广形式。推广资源包括门户广告、营销短信等，具体规则办法请依据附件二：《品牌店内容推荐机制》。

注：营销短信下发规则遵循《中国移动通信集团广东有限公司短信群发管理办法》执行。

第五章 品牌店考核细则

第二十四条 品牌店考核总则

中国移动应用商场（Mobile Market）的合作伙伴在日常运营中遵循《移动应用商场（Mobile Market）开发者管理办法》，对于中国移动应用商场（Mobile Market）品牌店合作伙伴的管理和考核依据《移动应用商场（Mobile Market）开发者管理办法》制定第二十五条及第二十六条品牌店考核细则。

第二十五条 刚性退出，一票否决原则

品牌店合作伙伴在品牌店的日常运营中，如出现违反《移动应用商场（Mobile Market）开发者管理办法》中的一类违约情况，中国移动将取消该合作伙伴的品牌店合作资格。

第二十六条 软性考核，运营指导原则

（一）考核目的

中国移动互联网基地每月根据品牌店实际运营情况，对合作伙伴进行综合考核。一方面，在业务开展初期，以适当的考核，加强对合作伙伴管理，同时提升合作伙伴业务运营积极性；另一方面，考核得分排名将作为品牌店业务开展过程中甄选优质合作伙伴参与的重要参考标准，如日常营销、联合营销推广活动等。

（二）考核机制

1、每月考核基础分：70分；

2、下载收入情况：

● 以终端门户分平台下载情况作为考核依据：各平台考核权重根据中国移动应用商场（Mobile Market）发展策略确定的重点平台调整实施。

◇ Android、Ophone 平台下载排名：当月下载量排名第一位：加 10 分；排名第二位至第十位：加 1-9 分；

◇ S60 平台下载排名：当月下载量排名第一位：加 8 分；排名第二位至第八位：加 1-8 分；

◇ KJAVA 平台下载排名：当月下载量排名第一位：加 6 分；排名第二位至第六位：加 1-6 分；

◇ 总体下载量末位两名：扣 5 分

● 当月收入排行：对于收入靠前的合作伙伴给与鼓励。

◇ 当月收入排名第一位：加 10 分；

◇ 排名第二位至第十位：加 1-9 分；

◇ 当月收入末位两名：扣 3 分；

● 品牌店明星单品销售情况：以 MM 软件、游戏、主题下载 TOP50 为标准，鼓励合作伙伴培养专属的“明星单品”

◇ 当月进入 MM 游戏应用下载量 TOP50，每款加 2 分，上限 10 分；

◇ 当月进入 MM 软件应用下载量 TOP50，每款加 2 分，上限 10 分；

◇ 当月进入 MM 主题应用下载量 TOP50，每款加 2 分，上限 10 分。

3、应用产品情况：

● 月度应用更新率：更新定义为新应用上架，对游戏、数字内容设立对应的考核标准，保证品牌店应用活跃度。

◇ 主题及数字内容类应用：每月更新 10 款或以下：扣 5 分；当月更新 10 款以上，每 10 款加 1 分，上限 5 分；

- ◇ 游戏类应用：当月无更新：扣 2 分；当月更新 2 款或以上，每款加 1 分，上限 5 分；
 - ◇ “在线”应用，以完成测试日期为更新日期。
 - 应用包装：考核品牌应用详情页信息包装质量。
 - ◇ 应用包装内容（文字、图片简介）日常抽测发现错误的，每款扣 1-2 分；
 - 首发应用数量：鼓励合作伙伴于 MM 进行各类应用首发，包括国内首发、全球首发。
 - ◇ 经核实为以下类型的 MM 独家首发：Android/OPhone 平台原生游戏：每款加 8 分。
Kjava/Symbian/WM 平台原生游戏：每款加 5 分；
 - ◇ 经核实为以下类型的当月普通同步首发：Android/OPhone 平台原生游戏：每款加 5 分。
Kjava/Symbian/WM 平台原生游戏：每款加 3 分。
 - ◇ 数字内容应用：每款加 1 分。
 - 入选 MM 精品库应用数量：当月评选进入 MM 精品库并上线商用的应用，游戏类每款加 2 分，数字内容内每款加 1 分，上限 10 分。
- 4、套餐运营情况：
- 套餐新增应用数：鼓励合作伙伴增加套餐包含应用量，增加品牌套餐吸引力。
数字内容包月套餐新增应用数：每新增 3 款加 1 分，上限 5 分；游戏类包月套餐新增应用数：每新增 1 款加 1 分，上限 5 分；
 - 当月套餐订购量：刺激合作伙伴关注套餐运营。
 - ◇ 月订购量前 3 名：加 1-3 分；
- 5、用户投诉、违规情况：
- 当月核实的应用质量投诉：促进合作伙伴自我监督，提高客服响应速度，完善品牌店客服制度。
 - ◇ 核实投诉每款扣 3 分；

- 不知情订购：合作伙伴违规行为监督，考核扣分并将专区沉底一个月，取消次月应用推荐资格。
 - ◇ 当月核实存在不知情订购的应用：其收入及下载量考核项得分全部扣减；
 - “自消费”刷榜行为：合作伙伴违规行为监督，考核扣分并将专区沉底一个月，取消次月应用推荐资格。
 - ◇ 当月有“自消费”刷榜行为：其收入及下载量考核项得分全部扣减；
- 6、运营支撑配合：

- MM 发起的各类营销活动配合：积极配合完成营销活动、项目开展：加 1-3 分；配合不积极导致工作开展受阻：扣 1-3 分；
- 日常专题：入选并良好配合完成专题上线推广：每次加 2 分，上限 4 分；
- 自有渠道资源推广：合作伙伴利用自有渠道对品牌店进行宣传：加 1-5 分；
- 日常维护更新：包含但不限于微博推广、论坛帖子、品牌专区内容等各类合作项目配合不及时：扣 2-5 分；
- 二线客服支撑情况：合作伙伴存在客服响应速度 24 小时超时情况：扣 3-5 分；

（三）考核流程

考核数据收集：每月 8 日前，完成上月品牌店各项考核数据收集。统计数据包括但不限于运营数据、客服数据、运营支撑情况等，分别来源于中国移动应用商场（Mobile Market）的经营分析系统、AP 及产品管理平台、签约结算中心、客户服务记录及品牌店日常运营工作记录。

2、考核评分：

- 每月 10 日前，品牌店依据考核标准完成上月考核并向作伙伴公布结果。
- 每月 10 日至 13 日为考核结果申诉期，合作伙伴对结果存在异议的，联系考核负责人核实修改。
- 每月 15 日，完成核实工作并向合作伙伴进行公布，以保证考核工作的公平公正。

第六章 品牌套餐补充原则

第二十七条 品牌店套餐类别

(一) 包月套餐：品牌店套餐（包月）业务是中国移动提供的一项优惠应用包月的业务，每个包月业务均由一家品牌店的合作伙伴负责提供应用，用户订购包月业务后可任意下载当月包内的应用。是品牌店合作伙伴进行日常业务促销的一种业务方式之一。

第二十八条 套餐准入原则

(一) 品牌套餐申报基本要求

1、必须已经是移动应用商场（Mobile Market）品牌店合作伙伴，且满足以上品牌店业务管理要求。

2、截止当期受理评审日，拟开通套餐包中的所有应用适配机型并集需适配移动应用商场（Mobile Market）所指定的各终端平台重点机型中的一半或以上机型；或所适配机型不到一半，但其所适配全部机型对应覆盖的存量用户总数达 20 万或以上，在网用户数量统计以中国移动经营分析系统当期数据统计为准。重点机型信息样例参见附录 1《2011 年一季度移动应用商场（Mobile Market）Android 和 OPhone 平台重点机型信息》，该机型信息由中国移动互联网基地每月更新，每期评审中机型适配标准审核以当期对应月份发布的重点机型信息为准。

(二) 品牌套餐申报评审流程

1、申报时间：符合条件的品牌店合作伙伴，需于每季度第一个月 15 日前将新增套餐申请以邮件方式发送至 MM_Brand_Combo@139.com 套餐业务统一受理邮箱。

2、申报资料：包括但不限于套餐名称、套餐业务详细介绍、套餐制定规格封面电子原图、配套宣传推广方案等。

3、评审流程：

1) 原则上，新增套餐评审工作于每期评审申报截止时间的 5 工作日后开展，每季度

开展一次；

2) 由移动互联网基地根据《中国移动应用商场（Mobile Market）精品应用管理办法》精品入库环节评审准则，对套餐候选应用质量进行综合评审；

3) 根据综合评分结果，择优录取开通应用数量和质量均达标的新增套餐包；

4) 移动互联网基地将每期新增套餐业务评审结果向总部报备。

第二十九条 套餐运营原则

（一）品牌店合作伙伴套餐数量

原则上一个合作伙伴针对每个主营类别只允许申请一个包月套餐。

（二）套餐定价规则

套餐价格不得高于 15 元，不得高于套餐所含应用价格总和的 50%

套餐正常运营一年后，合作伙伴可申请套餐价格变更，价格变更后原价格套餐暂停新增用户，同时须保证原有订购用户正常使用，变更价格后的套餐可正常推广。为维护该套餐订购用户权益，价格变更前后套餐的产品数量价格比必须保持一致或者低于之前的比例。

注：产品数量价格比=套餐价格/套餐内应用数量

（三）套餐应用数量要求

合作伙伴在申报品牌店套餐时须符合以下条件：

（1）、包月套餐应用数量：必须超过 5 款应用，不设上限；

（四）套餐应用更新要求

包月套餐每月最少新增或者变更 2 款应用。

第三十条 套餐考核原则

（一）刚性退出，一票否决原则（参照上述品牌店原则）

（二）软性退出，运营指导原则

为了促进合作伙伴主动参与市场营销的积极性，品牌店将根据套餐业务实际运营情

况，每季度根据套餐订购量和应用下载量进行考核，实施末位淘汰，被淘汰品牌店合作伙伴，次季度不得重新申请新的套餐业务。

第八章 合作伙伴退出品牌店原则

第三十一条 合作伙伴退出品牌店条件

为了品牌店的运营能够有序且健康的运行，品牌店的合作伙伴需要控制在一定的数量内，因此我们需要对合作伙伴有退出机制。

(一) 违反了第二十五条，刚性退出原则。

(二) 年度考核得分（为每月考核得分的平均得分，少于3个月合作的伙伴不参与）对不高于品牌店合作伙伴总数10%的合作伙伴进行末位淘汰。

(三) 合作伙伴自主退出。

第三十二条 退出流程

(一) 刚性退出流程

- 由中国移动应用商场合作管理室提供合作伙伴违反刚性退出条款的证据说明；
- 品牌店通知合作伙伴，允许合作伙伴进行申诉；
- 品牌店待情况确认后，提交中国移动应用商场（Mobile Market）互联网基地部门经理或以上级别领导审核确认；
- 品牌店执行合作伙伴退出处理（包括但不限于：品牌店合作伙伴专区撤销、品牌店内营销推广资源撤销等），并归档存底；

(二) 考核退出流程

- 由中国移动应用商场品牌店在每年的1月份，根据合作伙伴上年度月度考核情况进行年度考核排名（少于3个月合作的伙伴不参与）；
- 品牌店提交中国移动应用商场（Mobile Market）互联网基地部门经理或以上级别领导审核确认；

● 品牌店向合作伙伴公布年度考核结果；

● 品牌店执行合作伙伴退出处理（包括但不限于：品牌店合作伙伴专区撤销、品牌店内营销推广资源撤销等），并归档存底；

（三）合作伙伴主动退出流程

● 合作伙伴通过公司正式邮件或者函件，向品牌店申请合作退出；

● 品牌店提交中国移动应用商场（Mobile Market）互联网基地部门经理或以上级别领导审核确认；

● 品牌店执行合作伙伴退出处理（包括但不限于：品牌店合作伙伴专区撤销、品牌店内营销推广资源撤销等），并归档存底；

第九章 附则

第三十三条 本办法自颁发之日起执行。如有规定与本文有冲突，以本文件为准。

第三十四条 相关附件

附件 1：移动应用商场品牌店合作协议(补充协议)



移动应用商场品牌店合作协议(补充协

附件 2：品牌店内容推荐机制



品牌店内容推荐机制.docx

附件 3：2011 年四季度移动应用商场（Mobile Market）Android 和 OPhone 平台重点机型样例信息

操作系统	品牌	机型	DEVICE_NAME
Android 2.1	HTC	DESIRE	Desire_A8181
Android 1.6	索尼爱立信	X10I	SonyEricssonX10i
Android 2.1	摩托罗拉	XT800	MOT-XT800
Android 2.1	HTC	WILDFIRE	HTC_Wildfire_A3333

Android 1.6	索尼爱立信	E15I	SonyEricssonE15i
Android 1.5	HTC	MAGIC	HTC G2
Android 1.5	HTC	DREAM	HTC G1
Android 1.5	三星	GT-I5700	GT-I5700
Android 1.6	HTC	TATTOO	HTC Tattoo
Android 2.0	摩托罗拉	XT701	XT701
Android 2.1	HTC	ARIA	HTC_Aria_A6380