

中国移动互联网基地业务合作管理 办法渠道开放运营分册

（试行 V1.0）

中国移动互联网基地

二〇一四年五月

目 录

第一章 总则	3
第一条 【目的】	3
第二条 【适用范围】	3
第三条 【内容概要】	3
第四条 【管理原则】	3
第五条 【与《中国移动互联网基地业务合作管理办法》的关系】	3
第二章 商务模式	3
第六条 【渠道开放运营定义】	3
第七条 【渠道合作伙伴分类】	3
第八条 【合作推广业务范围】	4
第九条 【子渠道】	4
第十条 【商务模式】	4
第三章 接入管理	4
第十一条 【申请条件】	4
第十二条 【引入流程】	4
第十三条 【渠道合作伙伴评审】	5
第四章 权限开通	7
第十四条 【推广商品获取】	7
第十五条 【数据查看】	7
第五章 考核管理	8
第十六条 【考核管理】	8
第十七条 【渠道合作伙伴收入考核】	8
第六章 续约及退出	8
第十八条 【续约条件】	8
第十九条 【退出情形】	8
第二十条 【退出决策机制】	9
第二十一条 【业务退出流程】	9
第二十二条 【重新申请引入】	9
第六章 附则	9
第二十三条 【最终解释权】	9
第二十四条 【效力】	9
第七章 附录	10
第二十五条 【中国移动互联网基地渠道开放运营合作申请表】	10
第二十六条 【中国移动互联网基地渠道开放运营合作申报材料明细表】	12
第二十七条 【承诺书】	12
第二十八条 【中国移动互联网基地渠道开放运营合作评审表】	14

第一章 总则

第一条 【目的】

为更好地体现渠道合作伙伴价值，合理整合渠道合作伙伴资源，推广优质的业务商品、在可管可控前提下实现与价值链合作伙伴深度合作，促进中国移动互联网基地业务健康快速成长，特制定《中国移动互联网基地业务合作管理办法渠道开放运营分册》（以下简称本分册）。

第二条 【适用范围】

本分册适用于与互联网基地进行渠道开放运营合作的所有渠道合作伙伴。

第三条 【内容概要】

本分册对渠道合作伙伴的商务模式、接入管理、权限开通、考核及退出管理等要求进行了规定。

第四条 【管理原则】

本分册秉承公开、公平、公正的原则，规范渠道合作伙伴行为，激励优质渠道合作伙伴积极性，促进互联网基地互联网业务健康有序发展。

第五条 【与《中国移动互联网基地业务合作管理办法》的关系】

本分册以《中国移动互联网基地业务合作管理办法》（以下简称《业务合作管理办法》）为原则，明确了渠道开放运营的合作流程及管理要求。本分册与《业务合作管理办法》规定不一致的以《业务合作管理办法》为准，分册未规定的参照《业务渠道合作伙伴管理办法》执行。

第二章 商务模式

第六条 【渠道开放运营定义】

渠道开放运营是将移动应用商场的商品向第三方可信渠道合作伙伴开放，通过借助于第三方可信渠道合作伙伴的高流量及运营优势，由中国移动提供中介、代计费、代收费等相关服务、并把控计费安全、商品安全等关键节点，由渠道合作伙伴负责商品信息的展示和运营，通过联合运营提升 MM 商品下载量和品牌影响力。

第七条 【渠道合作伙伴分类】

根据渠道合作伙伴主体属性将其分成以下六大类：

- 1、互联网门户渠道合作伙伴：具备合法资质的各类互联网网站。
- 2、应用商场渠道合作伙伴：指聚合各类手机应用软件体验、下载和订购功能的互联网综合电子商城。
- 3、终端厂商渠道合作伙伴：指具备合法的移动通信终端研发和制造资质的厂商。

4、终端销售渠道合作伙伴：指在终端销售流通环节的各类终端销售商。

5、终端芯片设计与制造渠道合作伙伴：指手机终端芯片的制造商及芯片设计公司。

6、渠道合作伙伴整合商：指有能力整合部分中小型渠道合作伙伴资源进行业务推广的合作商。

第八条 【合作推广业务范围】

包括互联网基地的移动应用商场（Mobile Market）中的各类应用、游戏、软件以及互联网基地其他商品。

第九条 【子渠道】

互联网基地允许渠道合作伙伴主体下建立多个子渠道，但需要根据互联网基地要求进行报备。

第十条 【商务模式】

1、在合作渠道合作伙伴推广的商品收入，互联网基地按信息费的 30%收取服务费；

2、AP/CP 和渠道合作伙伴按信息费的 70%获取销售收入。AP/CP 可自行选择分成模式，现有分成模式包括固定分成和自由分成两种模式。

（1）固定分成模式：由互联网基地设定渠道合作伙伴（用 C 表示）和 AP/CP（用 A 表示）剩余 70%收入的分成比例范围，将 70%的收入划分为 7 等份，分成比例 C:A 有 3: 4、 4: 3、 5: 2、 2: 5、 3.5: 3.5 等模式，由 AP/CP 选定具体分成比例向渠道合作伙伴开放。该模式由互联网基地按照分成比例分别与渠道合作伙伴和 AP/CP 结算。

（2）自由分成比例模式：由互联网基地将信息费的 70%收入结算给 AP/CP，AP/CP 再与渠道合作伙伴按照约定比例进行分成结算。

第三章 接入管理

第十一条 【申请条件】

符合以下基本资质要求的渠道合作伙伴可申请与互联网基地开展渠道开放运营合作。

1、已成为互联网基地签约合作伙伴；

2、互联网渠道合作伙伴月活跃用户数不低于 300 万或终端渠道合作伙伴年出货量不低于 100 万台。

第十二条 【引入流程】

一、提交申请：合作伙伴应于每月 10 日前在开发者社区渠道开放运营合作页面提交渠道开放运营合作申请（申请表详见附件 1），每月 10 日后的申请将安排参加次月评审会。

二、资质审核：渠道开放运营团队根据基本资质进行初审和合作意向电话确认，拟定本期参评名单。

三、评审：每月组织召开渠道合作伙伴评审会，参评渠道合作伙伴按照要求提交参评材料（资料要详见附件 2），按时参加评审会（评审表详见附件 3）。

四、评审结果公布：评审会召开后 10 个工作日内在开发者社区公布评审结果，对于评审不通过的，可在 3 个月后再次申请。

五、签约：通过评审的渠道合作伙伴，由渠道经理引导其在开发者社区签订电子业务确认单。签约后，渠道合作伙伴可以根据自身需要选择互联网基地的商品进行推广。

第十三条 【渠道合作伙伴评审】

一、评审时间

互联网基地每月中旬进行渠道合作伙伴评审。

二、评审材料

合作伙伴需提交以下材料：

中国移动互联网基地渠道开放运营合作申报材料明细表			
序号	材料名称	提供形式	
		纸质版	电子版
1	渠道合作伙伴合作申请表	纸质复印件上加盖公司印章，现场提交	需要，评审前 2 天提供
2	增值电信业务经营许可证（ICP 证）或 ICP 备案证（非必选项，互联网网站必须有）	纸质复印件上加盖公司印章，现场提交	不需要
3	渠道合作伙伴用户数的相关证明，如权威机构的排名等，需注明出处和网址链接（互联网、应用商城渠道合作伙伴需提供）		
4	年出货量的有效证明材料（终端厂商、终端销售、终端芯片设计与制造渠道合作伙伴需提供）		

5	申报材料明细表及材料真实性承诺书		
6	业绩说明（纳税证明/会计事务所的有效审计报告）	纸质复印件上加盖公司印章，现场提交	不需要
7	参评 PPT	不需要	需要，评审前 2 天提供

其中参评 PPT 应包含以下四个模块的内容：

（1）公司综合实力：公司规模、组织机构及核心团队成员以及渠道用户规模介绍以及业内排名等。

（2）渠道合作伙伴运营能力：渠道合作伙伴用户群体与移动互联网业务匹配度、渠道合作伙伴推广资源丰富度和以往成功推广案例等方面。

（3）渠道合作伙伴合作计划：渠道合作伙伴对渠道开放运营合作的理解及渠道推广、市场运营和用户发展的方案，渠道合作伙伴合作推广业务合作后预计达到的业务收入目标（按照年度、季度、月度进行分解）以及具体实施方案。

（4）渠道合作伙伴的技术支持及客户服务支持方案。

三、评审标准：

中国移动互联网基地渠道开放运营合作评审表	
评分指标	评分规则
公司综合实力（30分）	1、月活跃用户数：300万，18分；300万以上，每增加100万加3分。（适用于互联网门户和应用商城渠道合作伙伴，满分30分）。 2、年终终端出货量：100万，18分；100万以上每增加50万加3分。（适用于终端厂商、终端销售及终端芯片设计与制造渠道合作伙伴，满分30分）。 以上两个条件视渠道合作伙伴属性类别，二选一进行评分，渠道合作伙伴整合商视其主要资源参照以上条件二选一进行评分。
渠道合作伙伴运营能力（40分）	1、渠道合作伙伴用户群体与移动互联网业务匹配度：匹配度低1-3分，匹配度一般4-7分，匹配度高8-10分。（满分10分） 2、以往推广商品月收入流水（可多商品累计计算）：3万以下，0分；4-10万以下，1-5分；10-30万，6-10分；30-50万，11-15分。（满分15分） 3、渠道合作伙伴推广资源丰富度：资源丰富度低、覆盖面小，1-5分；资源丰富度一般，覆盖面一般，6-10分；资源丰富度高、覆盖面广，11-15分。（满分15分）

渠道合作伙伴合作计划（20分）	1、方案整体性评估：有基本推广方案，1-3分；方案较为严谨完善，4-7分；方案全面清晰，8-10分。（满分10分） 2、可行性评估：仅有初步的推广计划和目标，基本可行，1-3分；有比较严谨、全面的推广计划和细化目标，有清晰的分步实施方案，4-7分；有很严谨、全面的推广计划和细化目标，有很清晰的分步实施方案和保障措施，8-10分。（满分10分）
投诉处理和管控能力（10分）	1、客服能力：客服团队1-2人，1-2分；客服团队3-5人，3-5分；（满分5分） 2、技术支撑能力：技术支撑团队1-2人，1-2分；技术支撑团队3-5人，3-5分；（满分5分）

说明：

1、公司综合实力方面

(1) 月活跃用户数需有权威网站或机构的发布的数据来源证明；

(2) 年终端出货量是指渠道合作伙伴的推广资源客户端的预装量，需要有相关合同、出货量的资料证明或根据结算收入能够推导出相应出货量。

2、渠道合作伙伴运营能力方面

以往推广同类商品（原则上要求为MM的商品）月收入流水需要能够提供相关系统收入数据证明，如结算单、发票等依据。

四、评审结果

根据综合评审结果，各评委平均分数≥80分的合作伙伴入选。

第四章 权限开通

第十四条 【推广商品获取】

渠道合作伙伴推广商品获取流程：

1、渠道合作伙伴可以根据互联网基地每周发出的应用榜单，或者在开发者社区“渠道合作伙伴自助打包”功能中查看相应榜单及分成比例模式；

2、渠道合作伙伴在获取应用榜单及分成比例模式后，根据自身需要挑选应用；

3、渠道合作伙伴在挑选好应用后，可向开放合作运营人员提出打包需求，由运营人员进行打包；或由渠道合作伙伴自行在“渠道合作伙伴自助打包”功能中打包；

4、渠道合作伙伴对已经打包好的应用下载推广。

第十五条 【数据查看】

通过评审的渠道合作伙伴，可通过“有数”查询相关数据，了解各个商品在

各个时期的付费金额等数据。一般次日上午即可查看前一天的数据。

第五章 考核管理

第十六条 【考核管理】

渠道合作伙伴考核分为综合考核和收入考核。

1、综合考核为每月一次，具体标准参见《中国移动互联网基地业务合作管理办法》。

2、收入考核每季度一次，考核不达标者将终止渠道合作伙伴合作。

第十七条 【渠道合作伙伴收入考核】

1、考核周期：

- (1) 签约不足 3 个月的不参加收入考核；
- (2) 每季度首月对上季度收入情况进行考核。

2、考核标准：

对签约超过 3 个月的渠道合作伙伴，月平均信息费<5 万元者，将终止渠道合作伙伴业务合作。

第六章 续约及退出

第十八条 【续约条件】

合作期内未出现违反相关管理办法的情形而导致退出的渠道合作伙伴可自动续约一年。

第十九条 【退出情形】

渠道合作伙伴出现以下情形时，互联网基地将终止渠道开放运营合作服务：

一、主动申请退出

渠道合作伙伴因自身原因可以主动要求终止合作。合作伙伴必须至少提前一个月向互联网基地提出书面申请，在此期间应继续提供服务。

二、资质失效退出

渠道合作伙伴已丧失合作的资质。

三、考核退出

- 1、渠道合作伙伴不满足渠道合作伙伴收入考核标准的。
- 2、渠道合作伙伴因业务违约受到退出处罚，或信用积分达到退出标准的。

3、渠道合作伙伴欠费连续两个月收入不足抵扣欠款，发出催缴通知之日起 30 天内未及时缴纳欠款的。

4、渠道合作伙伴被纳入中国移动全网不良信用名单库的。

四、不续约退出

对于到期但不满足合作条件的渠道合作伙伴，不再续约，终止服务。

第二十条 【退出决策机制】

符合渠道合作伙伴退出的，应提交部门呈批件，经相关部门领导同意后执行。

第二十一条 【业务退出流程】

1、通知：渠道合作伙伴确定应当退出的，自互联网基地确认之日起 2 个工作日内发出拟终止合作的电子邮件通知书。

2、商品下线：渠道合作伙伴在收到电子通知书之日起的 2 个工作日内对合作期间向互联网基地申请的所有商品做下线处理。

3、业务下线：商品下线之日起 2 个工作日内对渠道合作伙伴业务合作做下线处理，屏蔽渠道合作伙伴获取商品、查看数据等相关权限。

4、清算与结算：渠道合作伙伴确认应当退出次月起，暂停结算 6 个月（清算期）。互联网基地将在第 7 个月月底之前发布清算期结算账单，具体计算数额以第 7 个月结算账单为准。

5、协议终止：清算结束后，互联网基地向渠道合作伙伴发出正式终止服务通知，通知自到达渠道合作伙伴之日起，双方服务合同终止。

第二十二条 【重新申请引入】

渠道合作伙伴与互联网基地终止合作后，原则上一年后可重新申请接入，接入流程同新接入。因全网不良信用名单终止合作的，两年后可申请重新接入。

第六章 附则

第二十三条 【最终解释权】

本政策的修订权归互联网基地所有。互联网基地后续将根据市场发展以及合作管理的需要对政策中相关条款进行修订。

第二十四条 【效力】

本办法自印发之日起实行。原有相关管理办法如与本管理办法不一致的，以本办法为准。

本政策发布后，《中国移动互联网基地 MM 渠道开放合作项目渠道引入和评审要求》自动失效。

第七章 附录

第二十五条 【中国移动互联网基地渠道开放运营合作申请表】

中国移动互联网基地渠道开放运营合作申请表			
一、企业情况 (*)			
公司/个人名称		(*) APID	
公司注册资金		公司所在地	
公司性质		公司人数:	
联系人姓名 1	联系电话	Ema i l	QQ\MSN
联系人姓名 2	联系电话	Ema i l	QQ\MSN
官方网站			
二、公司主营业务或产品介绍 (*)			
三、移动互联网应用产品推广情况（挑选推广效果最好的 2-3 个应用）			
应用名称	MM 应用 ID	单月信息费（分成前）	
现有支付渠道合作伙伴 （指渠道合作伙伴自身	<input type="checkbox"/> 支付宝 <input type="checkbox"/> 财付通 <input type="checkbox"/> 网银 <input type="checkbox"/> 移动游戏基地 <input type="checkbox"/> 中国移动 <input type="checkbox"/> MM 计费 <input type="checkbox"/> 易宝 <input type="checkbox"/> 快钱 <input type="checkbox"/> 神州付 <input type="checkbox"/> 其他-----		
四、企业所属渠道合作伙伴类型（*请参照下面六个渠道合作伙伴分类选择一个，根据公司			
企业渠道合作伙伴类型	<input type="checkbox"/> 终端厂商 <input type="checkbox"/> 终端销售 <input type="checkbox"/> 互联网门户 <input type="checkbox"/> 应用商城 <input type="checkbox"/> 终端芯片及设计公司 <input type="checkbox"/> 渠道合作伙伴整合商		
1、终端厂商渠道合作伙伴（指具备合法的移动通信终端研发和制造资质的厂商）资源情况:			
终端厂商渠道合作伙伴			
终端厂商渠道合作伙伴			
终端年出货量（台）	（ ）万台		
渠道合作伙伴日均应用	（ ）万		
2、终端销售渠道合作伙伴（指在终端销售流通环节的各类终端销售商）资源情况			
终端销售渠道合作伙伴			
终端销售渠道合作伙伴			
年销售量	（ ）万台		

渠道合作伙伴日均下载	() 万
3、互联网门户渠道合作伙伴（具备合法资质的各类互联网网站）资源情况	
互联网门户名称	
门户网址	
月活跃用户数	() 万
渠道合作伙伴日均应用	() 万
4、应用商城渠道合作伙伴（指聚合各类手机应用软件体验、下载和订购功能的互联网综合	
应用商城渠道合作伙伴	
应用商城官网/下载地址	
月活跃用户数	() 万
应用商城日均下载量	() 万
5、终端芯片设计与制造渠道合作伙伴（指手机终端芯片的制造商及芯片设计公司）资源情	
平台内置渠道合作伙伴	
平台网址或内置位置	
终端年出货量（台）	() 万
渠道合作伙伴日均下载	() 万
6、渠道合作伙伴整合商（指有能力整合部分中小型渠道合作伙伴资源进行业务推广的渠道	
渠道合作伙伴名称	
官网地址或下载地址	
渠道合作伙伴用户规模	() 万
渠道合作伙伴日均下载	() 万
合作审批意见	
注：(*) 为必填项目，其他为选填项目	

第二十六条 【中国移动互联网基地渠道开放运营合作申报材料明细表】

中国移动互联网基地渠道开放运营合作申报材料明细表			
序号	材料名称	提供形式	
		纸质版	电子版
1	渠道合作伙伴合作申请表	纸质复印件上 加盖公司印章， 现场提交	不需要
2	增值电信业务经营许可证（ICP证）或 ICP 备案证（非必选项，互联网网站必须有）		
3	渠道合作伙伴用户数的相关证明，如权威机构的排名等，需注明出处和网址链接（互联网、应用商城渠道合作伙伴需提供）		
4	年出货量的有效证明材料（终端厂商、终端销售、终端芯片设计与制造渠道合作伙伴需提供）		
5	申报材料明细表及材料真实性承诺书		
6	业绩说明（纳税证明/会计事务所的有效审计报告）	纸质复印件上 加盖公司印章， 现场提交	不需要
7	参评 PPT	不需要	电子版，评审前 2 天提供

第二十七条 【承诺书】

承诺书

中国移动互联网基地：

本公司承诺本次提供的所有参加渠道评审的材料完全属实，如有虚假，承担一切后果及法律责任。

承诺公司名称(加盖公章)：

公司法人(主要负责人)签名：

日期：

联系人：

联系电话：

第二十八条 【中国移动互联网基地渠道开放运营合作评审表】

中国移动互联网基地渠道开放运营合作评审表	
评分指标	评分规则
公司综合实力 (30分)	1、月活跃用户数：300万，18分；300万以上，每增加100万加3分。（适用于互联网门户和应用商城渠道合作伙伴，满分30分）。 2、年终端出货量：100万，18分；100万以上每增加50万加3分。（适用于终端厂商、终端销售及终端芯片设计与制造渠道合作伙伴，满分30分）。 以上两个条件视渠道合作伙伴属性类别，二选一进行评分，渠道合作伙伴整合商视其主要资源参照以上条件二选一进行评分。
渠道合作伙伴运营能力 (40分)	1、渠道合作伙伴用户群体与移动互联网业务匹配度：匹配度低1-3分，匹配度一般4-7分，匹配度高8-10分。（满分10分） 2、以往推广商品月收入流水（可多商品累计计算）：3万以下，0分；4-10万以下，1-5分；10-30万，6-10分；30-50万，11-15分。（满分15分） 3、渠道合作伙伴推广资源丰富度：资源丰富度低、覆盖面小，1-5分；资源丰富度一般，覆盖面一般，6-10分；资源丰富度高、覆盖面广，11-15分。（满分15分）
渠道合作伙伴合作计划 (20分)	1、方案整体性评估：有基本推广方案，1-3分；方案较为严谨完善，4-7分；方案全面清晰，8-10分。（满分10分） 2、可行性评估：仅有初步的推广计划和目标，基本可行，1-3分；有比较严谨、全面的推广计划和细化目标，有清晰的分步实施方案，4-7分；有很严谨、全面的推广计划和细化目标，有很清晰的分步实施方案和保障措施，8-10分。（满分10分）
投诉处理和管控能力 (10分)	1、客服能力：客服团队1-2人，1-2分；客服团队3-5人，3-5分；（满分5分） 2、技术支撑能力：技术支撑团队1-2人，1-2分；技术支撑团队3-5人，3-5分；（满分5分）

说明：

1、公司综合实力方面：

(1) 月活跃用户数需有权威网站或机构的发布的数据来源证明；

(2) 年终端出货量是指渠道合作伙伴的推广资源客户端的预装量，需要有相关出货量的资料证明或根据结算收入能够推导出相应出货量。

2、渠道合作伙伴运营能力方面：以往推广同类商品（原则上要求为MM的商品）月收入流水需要能够提供相关系统收入数据证明，如结算单等依据。