

**中国移动互联基地  
业务合作管理办法 MM 分册  
(IAP 精品应用联合运营)**

(试行 V3.3 稿)

修订记录：

版本号	修订人	修订日期	修订描述
V1.0	韩振威	2013/4/27	文档创建
V2.0	韩振威	2013/5/23	文档修改
V3.0	韩振威	2013/6/25	文档修改
V3.1	韩振威	2013/11/26	文档修改
V3.2	韩振威	2013/12/24	文档修改
V3.3	韩振威	2014/05/08	文档修改

## 目录

第一章 概述 .....	5
第一条 【目的】 .....	5
第二条 【适用范围】 .....	5
第三条 【内容概要】 .....	5
第四条 【与《中国移动互联网基地业务合作管理办法》的关系】 .....	5
第二章 IAP 精品应用联合运营管理 .....	5
第一节 工作流程.....	5
第五条 【工作流程】 .....	5
第二节 精品应用试运营筛选管理.....	6
第六条 【试运营应用数据筛选】 .....	6
第七条 【人工测评筛选】 .....	7
第八条 【筛选结果通知】 .....	8
第三节 精品应用试运营管理.....	8
第九条 【试运营效果评估】 .....	8
第四节 重点应用联合运营管理.....	11
第十条 【重点应用筛选方式】 .....	11
第十一条 【新增重点应用】 .....	11
第十二条 【持续联运重点应用】 .....	12
第十三条 【新增联运及持续联运比例分布】 .....	12
第十四条 【联合运营推广流程】 .....	12

第十五条 【联运推广周期】 .....	17
第三章 联合运营合作伙伴管理要求.....	18
第十六条 【合作伙伴管理要求】 .....	18
第四章 附则 .....	21
第十七条 【修订解释】 .....	21
第十八条 【效力】 .....	22

# 第一章 概述

## 第一条 【目的】

为大力提升移动应用商场 IAP 游戏的推广效率和收入，进一步优化各部门间的合作、发挥各渠道的价值，建立规范化、流程化的 IAP 游戏联合运营管理规范，特制定《中国移动互联网基地业务合作管理办法 MM 分册（移动应用商场 IAP 精品应用联合运营）》（以下简称本分册）。

## 第二条 【适用范围】

本分册适用于移动应用商场 IAP 精品应用联合运营

## 第三条 【内容概要】

本分册明确了 IAP 精品应用联合运营的工作流程及要求。

## 第四条 【与《中国移动互联网基地业务合作管理办法》的关系】

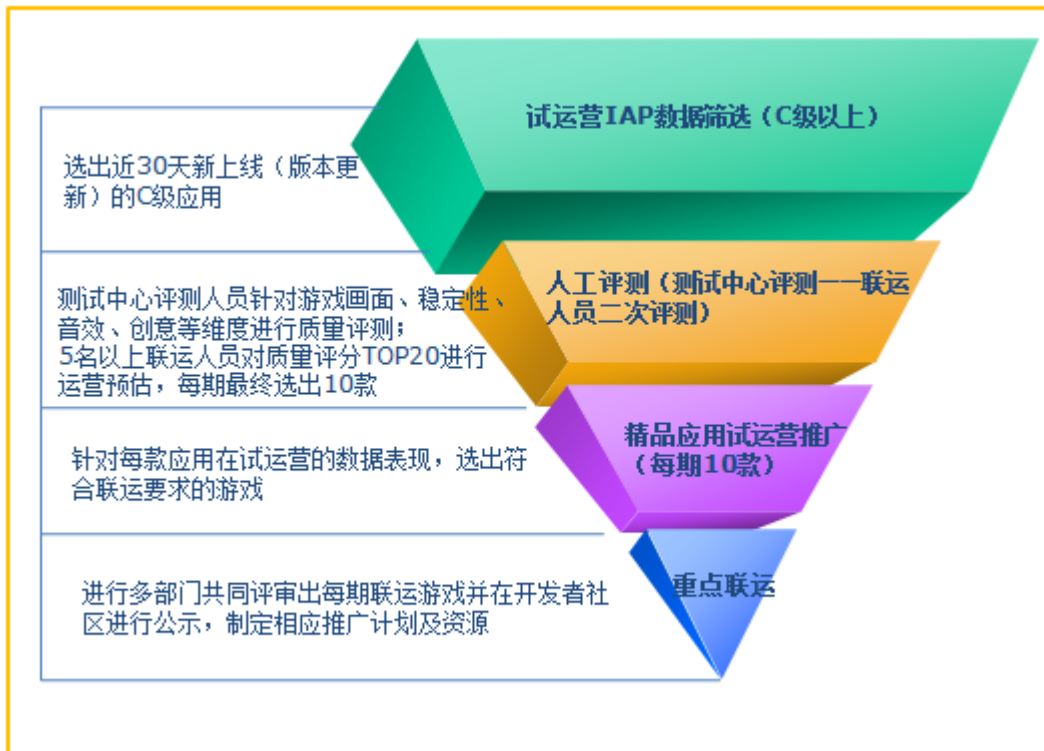
本分册根据《中国移动互联网基地业务合作管理办法》的要求制定，如本分册未规定的将参照《中国移动互联网基地业务合作管理办法》执行。

# 第二章 IAP 精品应用联合运营管理

## 第一节 工作流程

## 第五条 【工作流程】

参加 IAP 精品应用联合运营的商品需经过试运营应用数据筛选、人工测评筛选、试运营推广和重点联运四个环节，具体流程见下表：



## 第二节 精品应用试运营筛选管理

### 第六条 【试运营应用数据筛选】

#### 一、试运营精品应用来源

1、BD 客户经理日常推荐：每周提供；

2、IAP 联运官方邮箱申报：仅限已经做过联运/项目制推广的 AP 进行申请，可申请新应用以及大版本更新的以往联运/项目制推广精品应用；

#### 二、筛选标准

1、根据试运营游戏筛选模型，每周通过筛选模型对平台最近一个月上线的新游进行挖掘筛选，按分值高低选出 50 款 C 级以上产品，包含 BD 客户经理日常推荐、联运、项目制推广的 AP 申请的试运营应用。

说明：S 级--95 分或以上，A 级--60 至 95 分，B 级--25 至 60 分，C 级-- 5 至 25 分，D 级-- 0.1 至 5 分，E 级-- 0 至 0.1 分。

## 2、筛选模型

目前试运营游戏筛选模型根据用户付费、下载、活跃等几个大维度进行全面监控，每个大维度细分小维度并设置相应的权重分值。每个小维度的评分标准按照前 20 名得满分，其他按比例得分。通过该模型每周计算每款应用最新的等级。

说明：应用筛选模型会根据行业发展状况进行周期性调整，调整方案通过移动多部门评审会评审，再经由部门领导审批通过后，在开发者社区进行公布。

### **第七条 【人工测评筛选】**

精品应用的二次筛选由测试中心和联运组运营人员进行人工测评筛选。

#### 一、测试中心人工评测筛选

1、测试中心每周对 50 款 C 级以上的精品应用进行深度评测并反馈每款应用的评测得分。

2、BD 客户经理日常推荐、联运、项目制推广的合作伙伴申请试运营应用只需达到 C 级即可，其余游戏按试运营筛选模型分值高低进行优先选择。

#### 3、测评维度

测试维度主要包括操作性、游戏创意性、付费设置、音效、流畅性、稳定性、画面 UI，同时 B 级以上产品在该测评环节中可获得相应的加分资格。

说明：每周评测游戏数量、评测维度及权重会根据实际情况进行优化调整，具体调整方案将由精品应用联运组与测试中心商讨后，同时以部门评审会的方式进行评定审核，再经由部门领导审批通过后，在开发者社区进行公布。

#### 二、联运组运营人员评测筛选

1、根据测试中心的评测得分，联运组多名运营人员将同时针对评测得分最高的 20 款精品应用进行深度体验后，统一进行二次筛选。

2、运营人员根据以往运营经验及每款应用最近一月的数据、外部市场表现情况等，对 20 款应用进行二次评测，综合游戏题材、质量、AP 以往的运营工作配合度等对每款游戏后续的吸量、吸金、活跃情况进行预测。采用运营人员轮流挑选 1-2 款游戏的方式，确定每期试运营游戏（目前每期为 10 款）。

说明：筛选规则会根据运营需要及实际情况进行调整，调整方案通过部门评审会评审，再经由部门领导审批通过后，在开发者社区进行公布。

#### **第八条 【筛选结果通知】**

1、入选试运营的精品应用由运营人员进行一对一对接，通过电话及联运组官方邮箱通知 AP,并告知具体试运营配合工作事项，并安排试运营工作。

2、合作伙伴主动申请，但未入选试运营的，由联运组向 BD 客户经理统一输出每款游戏的筛选结果及淘汰原因，由 BD 客户经理告知合作伙伴。

### **第三节 精品应用试运营管理**

#### **第九条 【试运营效果评估】**

对于入选试运营的精品应用，通过试运营位置导量获取试运营周期内数据表现。

##### **一、试运营位置说明**

在客户端首页、游戏频道对试运营应用设定固定的推荐区域。为保证各应用试运营结果的公平性，使每款试运营的应用获得均等的展示机会，在试推广期间进行一次首页与游戏频道页的试运营应用对调。



## 二、试运营效果评估维度及评分公式

1、评估维度：详情页访问用户数、下载数、付费用户数等九个维度。

2、高阈值设置：每月根据实际情况调整各维度对应的高阈值。其中详情页访问数、下载人数、下载次数每月的高阈值为上月每个推荐位置日均数。如客户端首页第 20 位上月日均下载人数为 1500 人，则当月下载人数的高阈值为 1500。

### 3、评分公式

(1) 安装包小于或等于 40M 计算方法：

试运营得分=维度 1 得分( 维度权重\*X/G1 )+维度 2 得分( 维度权重\* X/G2 )  
+.....+维度 9 得分 ( 维度权重\* X /G9 )

(2) 安装包大于 40M 计算方法：

试运营得分=维度 1 得分 ( 维度权重\*2\* X/G1 ) +维度 2 得分 ( 维度权重  
\*X\*2/G2 ) +.....+维度 9 得分 ( 维度权重\*X/G9 )

(3) 公式计分说明：M 为高阈值，X 为该游戏在试运营期间的七天平均值；  
根据 MM 用户下载行为分析，安装包大小超过 40M 会直接影响用户下载意愿，  
因此对安装包大于 40M 的进行实际人数\*2 的计算。即详情页访问数、下载人数、  
下载次数三个维度的得分为维度权重\*X\*2/M)

## 三、试运营周期

1、单机游戏：3-7 天，如符合以下三个条件之一，试运营周期为 7 天，其他情况试运营周期为 3 天：

(1) 试运营前 3 天分值高于 75 分；

(2) 试运营前三天初步结果为“优化标准”或“初步联运标准”；

( 3 ) 试运营前 3 天日均收入高于上月试运营单机游戏平均日收入的 80%。

2、网络游戏：7-14 天，如符合以下三个条件之一，试运营周期为 14 天，其他情况试运营周期为 7 天。

( 1 ) 试运营前 7 天分值高于 75 分；

( 2 ) 试运营前 7 天初步结果为“优化标准”或“初步联运标准”；

( 3 ) 试运营前 7 天日均收入高于上月试运营单机游戏平均日收入，且有一天日收入高于设定值( 设定值定期变化，将根据以往试运营网游的收入走势进行制定 )。

#### 四、试运营资格要求

1、以往联运/项目制推广游戏，通过版本更新再次进行试运营时，试运营周期为 7 天。且最多只能获得一次试运营机会。

2、入选试运营的应用，如遇以下情况，将取消试运营资格：

( 1 ) 游戏优化期超过 20 天；

( 2 ) 网游未能在 7 天内开设专服；

( 3 ) 3 天内未与 MM 联运人员进行对接；

( 4 ) AP 主动申请取消试运营资格。

#### 五、结果应用

针对每款试运营的游戏在试运营周期内的数据表现，根据运营效果分值开展后续运营工作。

分值	后续工作
----	------

0-75 分	放弃运营
75-85 分	运营人员根据该游戏在试运营期间各评估项针对性提出优化方案，优化后可在安排为期 4 天的二次试运营。
85-100 分	进行联运游戏跨部门评审

说明：

- 1、以上所涉及的数据来源只包含 MM 自有渠道的数据（剔除外部推广）
- 2、联运组会根据行业发展状况周期性调整试运营效果评估维度&评分公式、试运营推广资源分配等方案，具体调整方案将以跨部门评审会的方式进行评定审核，经由部门审批后在开发者社区进行公布。

## 第四节 重点应用联合运营管理

### 第十条 【重点应用筛选方式】

重点联运精品应用的筛选，通过跨部门评审会进行评选，评选结果经部门领导审批后在开发者社区进行公布。

跨部门评审会每月召开一次，评审小组由 5 名评委组成，评委的选取采用随机抽取方式确定。

### 第十一条 【新增重点应用】

1、新增联运游戏应用来源：当月所有试运营效果的分值为 85 分或以上的试运营应用。

2、筛选标准：根据每款游戏在试运营期间自有渠道日均收入高低进行优先选择，同时试运营期间自有渠道日均收入需高于最低日均收入考核值。

说明：最低日均收入考核值会根据实际情况进行调整，具体调整方案将以跨部门评审会的方式进行评定审核，经由部门审批后操作实施。

## **第十二条 【持续联运重点应用】**

1、持续联运重点应用来源：正在进行重点联运的 IAP 应用。

2、筛选标准：针对每款联运应用在联运周期内的数据表现，筛选出运营数据排名前 6 应用进行跨部门评审。同时，对所有持续联运的应用设置最低日均收入考核。

说明：最低日均收入考核值会根据实际情况进行调整，具体调整方案将以跨部门评审会的方式进行评定审核，经由部门审批后操作实施。

## **第十三条 【新增联运及持续联运比例分布】**

1、新增联运+持续联运应用≤16 款（含备选应用），并以 8：8 分布。其中确定入选的应用≤12 款，并以 6：6 分布。备选应用≤4 款；

2、评审会中，评委同时对备选的 4 款联运应用进行评分排序；

3、当确定新增联运应用数少于 6 款时，持续联运数可相应增加。

说明：后续将根据可使用的运营推广资源对联运款数、新增联运及持续联运比例分布进行及时调整，具体调整方案以部门评审会方式进行评审，再经由部门领导审批通过后，在开发者社区进行公布。

## **第十四条 【联合运营推广流程】**

一、制定联运计划

每款深度联运应用将安排一名专业的运营人员与 AP 进行对接。结合 AP 自身资源及 MM 联运资源，制定游戏的联运推广计划。

## 二、联运位置说明

- 1、客户端首页，联运游戏固定推荐区域；
- 2、游戏频道区域，固定游戏频道推荐区域；
- 3、客户端搜索热词设置&搜索结果干预；
- 4、联运游戏可同时使用 MM 客户端首页及游戏频道页；
- 5、为保证联运游戏运营效果的公平性，保证每款联合运营的应用获得均等的展示机会，每周对联运游戏进行两次轮换。

## 三、渠道推广资源

除通过客户端固定位置进行导量外，联运应用同时可获得移动梦网、手机助手、系统驻留、玩家争霸等推广资源

(一) 移动梦网：科技频道开设游戏攻略专区，每周征集联运游戏攻略，并进行投放；

(二) 手机助手：营业厅版，所有联运游戏均在热门游戏、经典游戏、大型游戏三个栏目进行展示；

(三) 系统驻留：根据实际的排期安排精准用户系统驻留。(系统驻留资源为非固定资源)

### (四) 玩家争霸营销活动

- 1、活动征集：在每期联运评审会及项目制推广评审会后，对入选联运/项目

制推广所有应用进行活动意愿征集。合作伙伴在收到活动征集邮件三天内，填写下表内容并通过邮件发送给玩家争霸官方邮箱 wanjiazhengba@139.com。

一、合作伙伴名称	
二、之前是否有参加过争霸活动	
三、游戏名称以及对应的 ID	
四、游戏是否自主研发（如非自主研发，需填写是否可以自主修改游戏、如不能自主修改，需标明开发商对问题响应效率（天））	
五、可以提供的活动奖品资源（填总价值即可）	
六、自有宣传渠道资源（如官方微博、广告等）	
七、联系方式（姓名、手机、邮箱等）	

## 2、跨部门评审

通过跨部门评审对所有报名参与玩家争霸的活动进行评审，并以部门发文的形式呈批评审结果，最终确认下一期玩家争霸活动应用名单，并以邮件方式通知合作伙伴。

## 3、活动形式

玩家在游戏内进行 PK 并自主上传应用成绩参与排名，合作伙伴对不同的排名设置不同的奖品，如移动话费或实物奖品等大礼。通过 PK 配合奖品刺激，拉升应用在活动期间的付费转化率及 APRU 值。

## 4、活动周期

每月 4 期，每期比赛时间持续 2 周

5、活动评审标准：必须为当期联运或项目制推广的应用；需具有竞技性强的应用，带排名、排行榜功能。

## 6、评审流程

( 1 ) 评委先对每款应用竞技进行评测，选出“竞技评测”等级为“优/良”的应用。

优——现有较好的 PK 玩法，同时已具备完整的排名系统；

良——现有较好的 PK 玩法，但未具备完整的排名系统；

中——现有较差的 PK 玩法，但已具备完整的排名系统；

差——现有较差的 PK 玩法，且未具备完整的排名系统。

( 2 ) 对竞技评测等级为“优/良”的游进行行二次评分。二次评分评审维度分别为运营期间日均收入、奖品资源、自有推广资源三个维度，最终对每款应用进行综合评分（满分为 100 分）。

( 3 ) 根据所有评委对每款应用的评分，输出每款应用最终的平均分，按平均分高低进行优先选择。

## 7、活动流程

### ( 1 ) 活动准备

- 提供玩家的有效参赛信息，如手机号、邮箱等，以方便通知中奖玩家；
- 每期活动需提前一周提供相关的广告宣传物料。包括 PSD 原图(多图层)，以及 1349x216( 50K 内 )、1000x216 ( 50K )、822x156( 25K 内 )、

190x87( 15K 内 )、139 霸王邮广告语( 30 字符内 )、短信群发语( 100 字符内 ) 等；

- 每款应用所设定的奖品需由对应的合作伙伴提供。每款应用提供的累计奖品( 不包含虚拟奖品 )需大于 5000 元, 并在活动开始前把奖品统一寄送到玩家争霸活动管理员处。

( 2 ) 运营支撑：活动中需合作伙伴提供运营支撑，主要对所负责的应用进行秩序维护，BUG 修复，作弊验证。

### ( 3 ) 活动结果公布

- 2 天内 AP 需确认排名情况并发送给活动管理员，由活动管理员进行排名公布时间；
- 活动管理员通过论坛、QQ 群、微博等方式联系获奖者，并需获奖者提供奖励发放所需的必要资料。如玩家在 48 小时内未响应官方的联系，也将视为放弃领奖。活动结束后 14 天内由活动管理员进行奖品发放。

## 8、活动推广资源

为保证每期活动效果，每期游戏将在活动期间获得以下推广资源，所有资源推广期为一周，但具体时间需根据广告排期而定。

( 1 ) MM 客户端：在移动 MM 商城客户端玩家争霸气活动专属位置；

( 2 ) MM WAP 端：在 MM WAP 端进行 banner 或广告位；

( 3 ) MM WWW 端：包括 MM 商城 WWW 首页、轮播广告、社区广告以及论坛进行推广；

( 4 ) G3 微博：包括移动 MM 玩家争霸官方微博页面广告、微博传播；



(5) 其他：AP 自由渠道宣传由 AP 负责。

## 9、活动管理机制

(1) 同一款游戏在三个月内只能参与一次玩家争霸活动；

(2) 活动开始前，奖品在指定日期未寄送且没有提前通知延期，将取消活动资格且该 AP 所有游戏在三个月内取消活动申请资格中；

(3) 活动进行中，由于游戏自身问题导致活动无法正常进行时，将立即停止活动。且该游戏在两个月内取消活动资格申请；

(4) 活动结束后两天内未最终确认获奖名单且没有提前通知延期，该 AP 任何一款应用在三个月内无法申请活动资格。

## 第十五条 【联运推广周期】

每月月中将对所有联运游戏进行跨部门评审，评审结果经部门领导审批通过后在开发者社区进行公布。如遇以下情况，将在联运 15 天后停止任何推广，并根据实际情况做出相应的处理：

### 1、单机游戏，符合以下任一条件将停止联运

(1) 开始联运 15 天内日均收入低于设定值。

(2) 联运期间与试运营期日均收入环比试运营增长少于 1500 元。

### 2、网络游戏，符合以下任一条件将停止联运

(1) 15 天内日均收入低于收入低于设定值；

(2) 联运期间日均收入低于试运营期间日均收入。

说明：15 天内停止联运的应用，将在候选应用中进行替换。

设定值为不定期变化，将根据以往联运单机/网游的收入走势进行制定，单设定期如需修改，将以跨部门评审会的方式进行评定审核，经由部门审批后操作实施。

## 第三章 联合运营合作伙伴管理要求

### 第十六条 【合作伙伴管理要求】

一、保证游戏联运工作的正常开展，严禁 AP 干扰试运营及联运数据，一旦发现并确认存在此类行为，将终止该应用的运营推广。（如付费转化率偏、下载转化率偏高，日收入涨幅异常等，联运组将立即对数据进行稽查验证，证实为人为干扰后将立即取消试运营资格）对于首次违规的 AP，取消其三个月内所有游戏的试运营、联运资格。再次违规，将永久取消该 AP 的试运营、联运资格。

二、避免目前的计费缺陷及漏洞影响试运营数据，联运人员在试运营前对网游进行核查。如游戏内含有超过 30 元的单个支付点、非移动支付点，没开设专服、没屏蔽混服等，AP 需配合联运人员进行快速整改，如不配合将取消试运营资格。

三、一旦被列入试运营的应用，为避免更换主体（AP）后游戏版本不一致影响运营效果，在试运营及联运期间一般不允许更换主体如果（由于是 MM 平台自身原因导致 AP 必须更换主体除外）。如 AP 强烈要求更换主体，需提前一周提出申请、注明详细原因、证明等，由联运组统一评估该应用是否可替换。

四、每期入选的试运营的应用，如遇以下情况，将取消试运营资格。游戏需要优化再进行运营时，优化期不能超过 20 天；网游未能在 7 天内开设专服，取消试运营资格；3 天内 AP 运营人员未与联运人员进行对接；AP 自主表示不参

与。(如遇 MM 平台原因导致不能如期完成优化,AP 通过邮件申请优化期可以适当延长到 30 天)

五、对 AP 日常工作配合度进行考核(考核周期为一个自然月)。AP 重大运营事件未提前通知,如版本更新、新服开设、更改应用名称、应用内部活动(不含常规活动),首次发现进行警告处理,第二次发现取消联运资格。

同时,一旦发现 AP 在联运期间未经联运组同意增加非 MM 计费点,首次发现进行警告并在两天内强制性撤掉非 MM 计费点,逾期将停止联运。二次发现该行为,游戏永远停止运营推广,同时该 AP 所有游戏将在 6 个月内不能参与试运营、联运推广。三次发现,该 AP 永久不能参与试运营、联运推广。

六、评论未及时回复、游戏内部数据/推广物料提供延误、联运人员发现问题未能及时反馈并处理,名称/ICON/截图、未及时更新等,每月出现 5 次或以上,取消联运资格。

七、所有曾经入选联运/项目制推广的 AP 可通过联运组官方邮箱 mm\_game@139.com 申请试运营(包括新上线游戏及以往联运游戏大版本更新)。为了保证申请游戏整体质量,避免个别 AP 对所有游戏进行申请试运营,影响整个试运营工作流程,特制定以下规则:

1、每个 AP 每月申请试运营游戏不超过 3 款,单款游戏当月只能申请一次,禁止通过仅换游戏名称、加载页等快速换皮即申请首发;

2、单个自然月内,单个 AP 申请的游戏出现 2 款游戏质量评分低于 60 分时,三个月内将不能申请试运营;

3、单款游戏申请试运营后,游戏质量评分低于 60 分的,该游戏三个月内

将不能申请试运营；

4、以往联运/项目制推广游戏大版本更新申请试运营，如遇同款游戏连续两次被联运人员认定仅为小版本更新，将取消该游戏后续申请试运营资格；

5、以往联运/项目制推广游戏重大版本更新最多只能获得一次试运营机会

九、开放所有合作伙伴申请精品应用试运营通道，不同合作伙伴可向不同部门进行申请。为保证申请游戏整体质量，避免恶意申请，影响整个试运营工作流程，对申请的游戏及合作伙伴实施以下管理要求：

#### 1、申请路径

(1) 曾经入选联运/项目制推广的 AP 只能通过联运组官方邮箱 mm\_game@139.com 申请试运营；

(2) 从未入选的 AP 可通过 BD 客户经理进行申请；

(3) 合作伙伴只能向一个部门申请，如出现同一合作伙伴同一游戏向不同部门申请，将取消该游戏的申请资格。

#### 2、申请规则

(1) 所有申请的游戏必须已经在 MM 平台上线，且能正常使用；

(2) 不接受涉嫌消费异常，且未解封的合作伙伴申请试运营。如发现，该 AP 三个月内不允许申请任何游戏进行试运营；

(3) 申请游戏数：曾经联运/项目制推广的合作伙伴每月申请试运营游戏不能超过 3 款；未入选过联运/项目制推广的合作伙伴每月申请试运营游戏不能超过 2 款；

(4) 单个自然月内，单个合作伙伴申请的游戏在人工评测项 2 款游戏均排

在每期的后 5 名，三个月内不接受该合作伙伴试运营申请；

(5) 合作伙伴自主申请试运营的游戏如不能入选试运营，该游戏有版本更新时可再次申请。同款游戏最多可提交 3 次试运营申请（每次申请间隔需大于 30 天）；

(6) 如发现合作伙伴通过改游戏名称上传同一款游戏进行重复申请试运营，3 个月内不能进行任何游戏试运营申请，如再次发现，永久取消该合作伙伴申请资格；

(7) 以往联运/项目制推广游戏大版本更新申请试运营，如遇同款游戏连续两次被联运人员认定仅为小版本更新，将取消该游戏后续申请试运营资格；

(8) 以往联运/项目制推广游戏重大版本退出推广后，如遇大版本更新可只获得一次试运营机会（仅一次）；

(9) 如出现不同合作伙伴同期申请同款游戏时，将根据游戏版本新旧进行优先选择，如游戏安装包出现完全一致时，将按以下原则进行优先选择：

第一步：游戏开发商——游戏代理商，如均为代理商转下一步；

第二步：曾经入选联运/项目制推广的重点 AP——其他 AP，如均为其他 AP，转下一步；

第三步：按照 AP 通过邮件申请的具体时间。

## **第四章 附则**

### **第十七条 【修订解释】**

本办法的修改权和解释权归中国移动互联网基地。

## **第十八条 【效力】**

本分册自印发之日起实行。原有相关管理办法如与本分册不一致的，以本分册为准。