

中国移动互联网基地合作管理办法

MM 分册（应用商品发布 V5.0）

中国移动互联网基地

二〇一三年十二月

目 录

第一章 概述.....	3
第二章 商务模式.....	4
第三章 业务开通与商品提交.....	5
第四章 考核管理.....	5
第五章 商品下架与业务退出.....	5
第六章 附录.....	错误！未定义书签。
附件一. 移动应用商场 Mobile_Market 应用测试标准	错误！未定义书签。
附件二. 移动应用商场 Mobile_Market 应用性价比评测标准	错误！未定义书签。

第一章 概述

第1条【移动应用商场】 Mobile Market 移动应用商场（以下简称本商场）是由中国移动聚合各类开发者及其优秀应用，满足多类型终端用户实时体验、下载、订购需求的商场。中国移动用户可以在此查找、下载、试用、购买、管理、评价和推荐适合自己手机终端的各类应用和数字商品。开发者或应用提供商可以通过中国移动开发者社区（dev.chinamobile.com）申请、提交、管理、销售自己为手机用户开发的各类应用，获得相关的商业和技术支持，从手机应用的销售中获取销售收入，从而实现企业和个人的商业价值。

第2条【市场参与主体】 在 Mobile Market 的市场价值链中有中国移动、应用提供商（含个人开发者）、终端厂商和最终用户等参与主体。

一、中国移动

中国移动负责搭建 Mobile Market 体系，以中国移动开发者社区聚集各类应用提供商，为其提供开发技术支持和服务，搭建信息交流共享的平台。中国移动通过建立统一的移动应用销售渠道，向用户提供便利的应用和服务。

中国移动始终为移动应用产业价值链各方提供透明、便捷的服务，促进整个产业链良性、快速的发展。中国移动将致力于：

1. 为应用提供商提供便捷的开发工具和开发环境，完善的知识培训体系，高效的测试认证服务，以及快速的应用销售结算数据和报告；
2. 搭建应用提供商与终端厂商之间的沟通平台，推动产业链上下游的互动共赢；
3. 为用户提供便捷、实惠、安全的移动应用，满足用户的需求与体验。

二、应用提供商

应用提供商是 Mobile Market 应用商品的直接提供者，通过开发者社区，获取开发工具及开发支持，根据用户需求开发和提供适合手机用户使用的各种应用，并通过在 Mobile Market 上的销售获取收益。中国移动根据应用提供商开发、申报、运营等需求，为其提供相应的服务。

三、终端厂商

手机终端是用户使用 Mobile Market 最重要的载体，它为各类移动应用提供良好的运行环境。终端的易用性，以及基于各类终端操作系统的开发工具的完整性，直接决定了用户使用界面的人性化和应用开发的便利性。

终端厂商携手中国移动为 Mobile Market 提供强大的技术支持，包括为应用提供商和个人开发者提供完整、权威的技术开发资源、应用测试支持、应用签名认证支持、Mobile Market 用户端开发及终端内置等。中国移动与终端厂商建立互利共赢的商务关系，推动应用提供商与终端厂商跨产业链环节的沟通、互动，共同促进 Mobile Market 市场规模快速增长和持续繁荣，实现产业链各环节商家的共同发展。

四、最终用户

最终用户通过手机用户端、PC 用户端、WWW 网站等方式体验和购买 Mobile Market 商品，是 Mobile Market 商品的消费者、使用者和评价者。

第3条【解释权】 为指导应用提供商在本商场开展整正常的经营活动，促进优秀开发者的健康发

展，维护本商场的经营秩序，制定本分册。

本分册的所有权、最终解释权、修订权归本商场所有。本商场负责制定并根据新的业务发展情况修订，同时结合客户投诉情况与日常拨测结果进行管理。

第二章 商务模式

第4条【商务模式】

1 与中国移动互联网基地签约的企业或个人均可利用本商场平台，向用户发布并销售应用商品，委托本商场向用户代收代扣费用。

2 中国移动互联网基地作为本商场平台提供商及运营方，为应用提供商有偿提供通信承载、应用商品测试、适配与展示、促销活动，受应用提供商的委托向用户代收代扣费用等相关服务。

第5条【服务费与结算收入】本商场根据代应用提供商实际向用户收取的信息费的 30%收取服务费用，并直接从代收的信息费用扣除。

应用提供商根据实际向用户收取的信息费的 70%获取销售收入。

第6条【应用商品合作范围与定价原则】本商场销售应用提供商提供的各类手机软件、手机游戏、手机主题及数字内容等丰富的商品。

本商场销售的商品由应用提供商在商品定价范围内自主定价，本商场进行商品价格确认

第7条【双方权利与义务】

一、本商场

1. 负责制定 Mobile Market 的业务政策；
2. 负责制定 Mobile Market 业务和技术的相关规范；
3. 为 Mobile Market 进行市场营销及组织推广活动；
4. 为应用提供商提供开发指导及技术支持。

二、应用提供商

1. 已经成为中国移动互联网基地签约合作伙伴；
2. 具有其应用的全部合法权利（包括但不限于版权及相关知识产权）；
3. 接受本商场的应用商品测试策略及终端机型适配策略，配合本商场应用测试与商场运营部门提出的产品改造意见对应用商品进行开发改造。
4. 同意本商场在门户网站、客户端或相关营销传播活动、推广渠道中对开发者所发布的应用商品的标识图片、商品截图、宣传预览图及文字描述信息进行引用或展示。
5. 就自行发布的应用商品为中国移动客户提供关于产品使用方面的客户服务，配合中国移动客户服务部门对客户提出的关于产品使用的咨询、投诉进行处理。
6. 就提交的应用商品配合本商场按时限和要求完成相应的信息安全报备案。
7. 本商场与消费者进行交易，应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则，自觉维护本商场

的经营秩序。出现违约行为时，应承担相应的违约责任。

8. 保证其应用符合国家法律法规及相关管理部门的管理规定；

三、其它相关权利及义务详见《移动应用商场（Mobile Market）服务协议》。

第三章 业务开通与商品提交

第8条【业务开通条件】凡签约成为中国互联网基地合作伙伴的企业或个人，均可登陆开发者社区申请开通本商场应用商品发布业务。

第9条【应用商品提交】应用提供商业务开通后，即可通过开发者社区提交应用商品发布申请。

第10条【应用商品测试】应用提供商在本商场申请发布的应用产品，应接受本商场对应用商品的权属、内容、定价、功能等方面的测试（测试标准详见附件1）。经测试不符合要求的，本商场将退回申请，应用提供商可根据测试反馈结果进行补充或改造后重新提交。通过测试的应用即可发布，在本商场进行上架销售。

第四章 考核管理

第11条【考核管理】本商场考核管理分为信用评分考核与业务量评分考核，该部分考核将纳入中国移动互联网基地合作伙伴考核体系。

第12条【信用评分考核细则】旨在通过积分制度衡量合作伙伴的经营诚信度与服务质量。每月考核一次，考核内容包括违约考核、客户投诉考核和履约考核。对于信用积分较低的应用提供商，将在业务上采取一定的限制措施，性质严重者将终止服务。考核的具体内容详见《中国移动互联网基地业务合作政策》第二章第二节。

第13条【业务量评分考核细则】业务量评分每季度考核一次，根据合作伙伴的使用用户数和信息费收入进行考核。考核的具体内容详见《中国移动互联网基地业务合作政策》第二章第二节。

第14条【联运产品考核细则】旨在保证重点运营产品的常规运营，对于入选联运的商品，在未经过申诉评审会最终判定为3.2类及4.2类违约之前，不进行影响日常运营的商品变更。考核判定的具体内容详见《中国移动互联网基地业务合作伙伴管理办法》第三章第十六条。

第五章 商品下架与业务退出

第15条【商品下架的情形】出现以下情形时，应用商品将被下架：

1. 应用提供商申请应用商品下架；
2. 应用商品一经发现有疑似违约行为，本商场有权立即对该商品进行临时下架处理；
3. 因违约导致暂停服务等处罚措施；
4. 本业务退出；
5. 互联网基地合作伙伴退出；
6. 其他商品下架的情形。

第16条【应用商品下架流程】主动申请的，应用提供商通过开发者社区提起应用商品下架申请，经审核通过后可下架。

非主动申请的，本商场自发出应用商品下架通知之日起 1 天内下架相应的应用商品。

第17条【业务退出】出现以下情形时，应用商品将被下架：

1. 应用提供商申请退出本业务；
2. 互联网基地合作伙伴退出；
3. 其他本业务退出的情形。

第18条【业务退出流程】主动申请的，应用提供商通过开发者社区提起本业务退出申请，经审核通过后可退出。

非主动退出的，自本商场发出通知之日起本业务终止。

第19条【清算期】业务退出的，主动申请的自申请之日，被动退出的自确定退出之日起暂停结算，业务进入六个月的清算期。清算期结束后再进行最终结算。

第20条【重新接入】退出之日起 1 年后，应用提供商可再次申请接入本业务。