



# 咪咕音乐有限公司 开放合作管理办法 (日常运营分册)

咪咕音乐有限公司

二〇一八年

文件更新履历表

| 版本  | 文件名称                     | 发文编号                  | 管理归属<br>部门 | 文件<br>管理<br>岗位 | 生效<br>日期        | 备注           |
|-----|--------------------------|-----------------------|------------|----------------|-----------------|--------------|
| 1.1 | 咪咕音乐有限公司开放合作管理办法（日常运营分册） | 咪音渠收<br>（2018）15<br>号 | 渠道中心       | -              | 2018<br>年1<br>月 | 优化其中信用积分等细则。 |

## 目录

|     |                  |    |
|-----|------------------|----|
| 第一章 | 总则 .....         | 4  |
| 第二章 | 运营考核管理 .....     | 4  |
| 第一节 | 运营原则 .....       | 4  |
| 第二节 | 月度考核规则 .....     | 5  |
| 第三节 | 日常运营规则 .....     | 7  |
| 第三章 | 信用积分管理 .....     | 7  |
| 第四章 | 结算及扣减管理 .....    | 9  |
| 第五章 | 业务代码管理 .....     | 10 |
| 第一节 | 业务代码申请管理 .....   | 10 |
| 第二节 | 业务代码考核管理 .....   | 11 |
| 第三节 | 业务代码运营管理 .....   | 12 |
| 第四节 | 内部分配业务代码管理 ..... | 13 |
| 第六章 | 处罚及退出管理 .....    | 14 |
| 第七章 | 版本说明 .....       | 14 |

## 第一章 总则

一、为规范咪咕音乐开放合作（也称渠道合作），提升咪咕音乐渠道合作运营效果，咪咕音乐有限公司特制定《咪咕音乐有限公司开放合作管理办法（日常运营分册）》，原办法《咪咕音乐有限公司开放合作管理办法 v6.0（2017年5月发布）》自即日起停止使用。

二、本办法分册针对包括数字产品销售渠道合作、联合会员合作等类型的开放合作伙伴，统一按公司维度进行日常运营管理。

三、本办法明确合作原则、运营考核、日常管理、结算管理、处罚及退出机制、信用积分管理、业务代码管理等方面的管理规则。

四、本办法中的相应条款参照《咪咕文化科技有限公司合作渠道管理办法》制定执行，对于本版本未明确的事项，依据咪咕文化版管理办法进行管理。

五、本办法可根据业务发展情况适时修订条款并发布执行，管理办法的制订、修改与解释权归咪咕音乐有限公司。

## 第二章 运营考核管理

### 第一节 运营原则

一、所有合作伙伴必须遵循以下原则：

1) 合作伙伴不得私自发展下游渠道，不向任何第三方提供渠道编码、接口文档、算法规则、营销方案等信息。

2) 严格遵守国家法律法规，不利用咪咕音乐业务进行任何危害国家安全、色情、迷信等违法违纪活动。

二、本办法通过预警、考核、积分相结合的方式形成多维度考核管理。

1) 通过预警通报及时处理各类投诉情况，并增加其他及时处罚措施；

2) 通过月度打分考核实现处罚退出等管理；

3) 通过信用积分考核体现累计效应，引导合作方持续加强管理和运营；

## 第二节 月度考核规则

### 一、考核周期

以自然月为一个考核周期进行考核

### 二、考核对象

对所有开放合作伙伴，以公司为单位进行考核

### 三、考核项目

#### 1、考核得分设置：

总分为 100 分；加分累计超过 100 分按 100 分计；扣分累计低于 0 分按 0 分计；

考核得分 = 收入规模得分 + 健康度得分 + 加分项-扣分项

其中，各考核项口径原则如下：

收入规模的定义为考核对象各类开放合作业务总的信息费收入（单位：万元）。

健康度指合作方当月的月度万元信息费不知情订购投诉比（简称，质万比），质万比 = 一线不知情订购投诉月工单量\*10000/当月总信息费收入；信息费收入不足 1 万时按 1 万计算。

#### 2、合作方考核项设置

打分规则如下：

| 考核项                       | 指标         | 得分  |
|---------------------------|------------|-----|
| 收入规模：万元<br>(得分项：50分)      | 指标≥300     | 50分 |
|                           | 200≤指标<300 | 40分 |
|                           | 100≤指标<200 | 30分 |
|                           | 50≤指标<100  | 20分 |
|                           | 10≤指标<50   | 10分 |
|                           | 指标<10      | 0分  |
| 健康度：万元信息费投诉比<br>(得分项：50分) | 指标≤1       | 50分 |
|                           | 1<指标≤2     | 40分 |
|                           | 2<指标≤3     | 30分 |
|                           | 3<指标≤4     | 20分 |
|                           | 4<指标≤5     | 10分 |
|                           | 指标>5       | 0分  |

|                           |                                    |       |
|---------------------------|------------------------------------|-------|
| 综合贡献<br>(加分项:<br>最高 20 分) | 根据咪咕音乐重点营销需求提供营销资源 (按部门审批需求或专题会评定) | 10 分  |
|                           | 为咪咕音乐业务带来的现金收入: 不低于 4 万元           | 5 分   |
|                           | 为咪咕音乐业务带来的现金收入: 不低于 8 万元           | 10 分  |
|                           | 为咪咕音乐业务带来的现金收入: 不低于 12 万元          | 15 分  |
|                           | 为咪咕音乐业务带来的现金收入: 不低于 16 万元          | 20 分  |
|                           | 为咪咕音乐客户端带来活跃用户: 不低于 4 万用户;         | 5 分   |
|                           | 为咪咕音乐客户端带来活跃用户: 不低于 8 万用户;         | 10 分  |
|                           | 为咪咕音乐客户端带来活跃用户: 不低于 12 万用户;        | 15 分  |
| 投诉扣分<br>(扣分项)             | 投诉工单处理延时或处理品质不达标 1 次扣 1 分;         | -1 分  |
|                           | 工信部认定的升级投诉扣 10 分;                  | -10 分 |

注: 考察项中具体分值阶梯的设定可根据业务发展情况进行调整, 具体情况以公告为准。

### 3、综合贡献考核说明

综合贡献是指除开放合作业务收入以外, 合作方为咪咕带来的品牌宣传、产品推广、广告销售、营销支持等方面的资源及市场贡献。考核原则如下:

- (1) 针对客户端活跃用户的统计口径由渠道部门牵头制定统计稽核口径, 以公告形式向合作方进行发布;
- (2) 由销售渠道代理销售的咪咕音乐各类广告销售业绩, 计为该合作方的现金销售业绩综合贡献;
- (3) 重点营销需求由各部门经总监审批的营销需求或多部门参与的营销专题会议为依据;
- (4) 原则上, 营销资源中包含客户端推广资源时, 不能与客户端活跃用户的加分规则进行双重计算, 默认以其中的较高分值加分项计算。

### 4、培育期策略说明:

合作开始的前 3 个月设为培育期, 该期间不考核合作方的收入规模, 该项得分默认为 满分。

初次评审引入的合作、调整了合作模式的合作或重新评审引入的合作并满足 1 年内未开展过同类合作, 可执行培育期策略, 其他可执行培育期策略的情况见具体项目的决策内容。

### 第三节 日常运营规则

#### 一、投诉通报标准

每日统计合作方的渠道合作业务的不知情订购投诉工单量，若达到通报阈值，则根据规则进行通报，具体标准如下：

| 通报阈值 | 不知情订购投诉投诉量 |  | 通报累计规则                  |  |
|------|------------|--|-------------------------|--|
|      | 投诉量 < 100  |  | 不记                      |  |
|      | 投诉量 ≥ 100  |  | 计 1 次；每增加 50 件，通报增加 1 次 |  |

#### 二、分级预警及处罚规则

合作方当月累计通报次数达到如下标准后，按相应等级进行处罚，具体规则如下：

| 通报预警分级 | 月累计通报次数      | 预警通报分级处罚      |                  |                |
|--------|--------------|---------------|------------------|----------------|
|        |              | 措施 1: 暂停推广    | 措施 2: 暂停代码新增     | 措施 3: 结算扣减     |
| 一级预警   | 5 ≤ 次数 < 10  | 暂停合作方推广 1 个星期 | 暂停业务代码的新增申请 1 个月 | 具体扣减措施见<br>第四章 |
| 二级预警   | 10 ≤ 次数 < 15 | 暂停合作方推广 1 个月  | 暂停业务代码的新增申请 2 个月 |                |
| 三级预警   | 15 ≤ 次数 < 20 | 暂停合作方推广 3 个月  | 暂停业务代码的新增申请 3 个月 |                |
| 四级预警   | 次数 ≥ 20      | 暂停合作方推广 6 个月  | 暂停业务代码的新增申请 4 个月 |                |

以上通报规则及处罚标准，可通过公告发布调整修改。原则上，调整的规则应严于此管理办法中规定的标准。

## 第三章 信用积分管理

#### 一、基本规则

- 1、初始积分：**新接入合作方初始信用积分为 80 分。
- 2、积分更新：**按月对社会渠道信用积分的增减进行计算，确定当月的信用积分，并以此更新社会渠道状态。。
- 3、积分同步规则：**按咪咕文化相关的信用积分联动机制进行积分同步联动。
- 4、积分核实机制：**对日常经营数据进行监控，当合作方投诉数据出现异常，可对该渠道采取紧急暂停计费或暂停业务的处理，如经核查违规事实存在，则进行信用积分扣减。

#### 二、积分增减规则

- 1、**加分规则 1:** 当月月度考核收入规模得分不低于 40 分，加 10 分；不低于 30 分，加 5 分。培育期内收入规模默认得满分的合作方不参与该加分。
- 2、**加分规则 2:** 在当月月底考核收入不低于 5 万元的前提下，未出现升级投诉、媒体投诉，则加 5 分
- 3、**加分规则 3:** 在当月月度考核收入不低于 5 万元的前提下，当月工单处理及时率 100%，加 5 分。
- 4、**加分规则 4:** 当月月度考核中综合贡献加分达到 20 分，则加 5 分。
- 5、**扣分规则 1 (重大违规):** 涉及下文第六章中定义的重大违规或其他涉及终止合作的情况，发生一件一次性将信用积分扣减至 0。
- 6、**扣分规则 2 (履约情况扣分):**
  - (1) 当月月度考核收入规模得分为 0 分，扣 5 分
  - (2) 每导致一起升级投诉，扣 10 分；每出现一次涉及媒体的投诉，扣 10 分；
  - (3) 每发生一次未按要求执行普通履约事项，扣 1 分。
  - (4) 工单处理及时率 98%以下，扣 1 分，90%以下扣 2 分，80%以下扣 10 分。
  - (5) 履约情况扣分补充说明：
    - a) 升级投诉是指工信部认定的的单用户或少数用户的投诉工单、升级投诉工单；
    - b) 媒体投诉是指被公布在各类传统媒体、重点线上媒体上的不涉及重大违规行为的普通投诉；
    - c) 普通履约事项是指合作中需要合作方按要求配合的事务性工作。例如，及时反馈合同、发票及其他信息等。

#### 7、**扣分规则 3 (负结算扣分):**

- (1) 合作伙伴如被列入季度负结算风险预警清单，则扣除 30 分；
- (2) 进入预警清单后，如超过最晚打款期限仍未打款，则扣除 30 分；

#### 四、**信用积分的分层分级支撑规则**

根据合作伙伴当月积分累计情况，对应以下 6 个级别，按分级进行各合作伙伴分层分级支撑。



| 信用积分      | 合作伙伴分级 | 合作方权益                                  |
|-----------|--------|--|
| 85≤得分≤100 | A      | 持续三季度为A级，并且本合作期内未出现过C级或以下级别，可申请新产品或新业务 |
| 60≤得分<85  | B      | 可申请新产品                                 |
| 45≤得分<60  | C      | 不新增新产品或新业务，业务警告                        |
| 30≤得分<45  | D      | 暂停计费能力                                 |
| 15≤得分<30  | E      | 暂停计费能力、暂停结算支付                          |
| 0≤得分<15   | F      | 暂停合作                                   |

## 第四章 结算及扣减管理

### 一、结算模式

根据合作方当月信息费收入按商务模式约定的比例进行对外结算。

### 二、结算扣减规则

根据规则对渠道结算金额进行支付扣减：

| 分类                   | 扣减原因 | 结算金额扣减阶梯   |                 |               |
|----------------------|------|------------|-----------------|---------------|
|                      |      | 新六套计费点     | 老五套计费点（产品型）     | 老五套计费点（综合型）   |
| 预警<br>通报<br>分级<br>处罚 | 一级预警 | 结算金额支付 75% | 结算比例为信息费的 22.5% | 结算比例为信息费的 30% |
|                      | 二级预警 | 结算金额支付 50% | 结算比例为信息费的 15%   | 结算比例为信息费的 20% |
|                      | 三级预警 | 结算金额支付 25% | 结算比例为信息费的 7.5%  | 结算比例为信息费的 10% |
|                      | 四级预警 | 结算金额支付 0%  | 结算比例为信息费的 0%    | 结算比例为信息费的 0%  |

### 三、其他扣减处罚规则

合作方因升级投诉、媒体投诉或业务违规对咪咕音乐的企业形象、业务发展造成负面影响的，根据影响程度，经总经理办公会或专题会决策通过后，可对其进行扣减结算的处罚，扣减金额不低于业务违规当月结算金额的50%，并可叠加暂停其业务发展不低于一个月的处罚。

### 四、负结算和未结清款项处理规则

负结算金额是指因中国移动核减信息费等原因应扣减合作方的结算款，但当月结算款不够扣抵部分所形成的金额。如果合作方存在多次负结算且经催缴无效和/或在双方合作终止时仍有稽核、处罚等未结清款项的，咪咕音乐有权采取暂缓支付或直接扣除合作方在与咪咕音乐的其他业务合作中的结算款项等方式予以追回。

## 第五章 业务代码管理

为了规范开放合作中的渠道专属业务代码、联合会员业务代码、彩铃包月业务代码等各类型开放合作业务代码的管理，从申请分配、考核管理、处罚退出等方面明确管理规则。

本办法中涉及的包月、按次业务代码，分配后由对应的合作方以及各省移动公司或其他移动集团内各单位、咪咕文化及各子公司等内部单位（以下简称内部单位）进行运营使用，相关运营事项面向合作方或内部单位进行归属管理。

### 第一节 业务代码申请管理

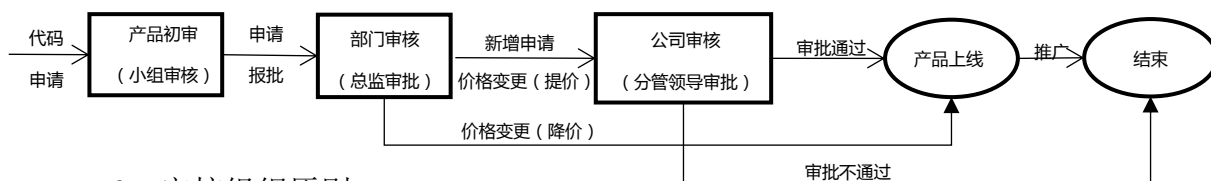
#### 一、申请审核流程

##### 1、申请规则

合作方根据业务需要向渠道中心提交业务代码申请；渠道中心按本管理办法规定的流程进行审核，审核工作周期按每月 1 批次进行受理（申请文档模板见附件）。

##### 2、审核规则

按以下分类分级审核流程进行处理



##### 3、审核组织原则

(1) 产品初审：由部门内不低于 3 位人员参与“产品初审”，根据下文“审核标准”按标准进行审核。

(2) 部门审核：通过公文、报告、OA 邮件方式报部门总监进行审批。

(3) 公司领导审批：通过公文、报告、OA 邮件方式报分管领导进行审批。

#### 二、代码分类分级审核规则

##### 1、首批次申请代码

普通联合会员合作首批次可申请 1 个包月业务代码、核心联合会员首批次可申请不超过 3 个包月业务代码；其他合作方首批次最多可申请 1 个包月业务代码、

5 个按次业务代码。

合作方首批次申请代码，需按以下“审核标准”进行审核。

| 审核项  | 审核标准                          |
|------|-------------------------------|
| 产品功能 | 1. 具备完善的产品功能，以及可用于包月计费的服务或者功能 |
|      | 2. 产品计费逻辑及流程清晰，资费展示清晰         |
| 推广方案 | 1. 具备完善的产品推广方案及执行计划           |
| 运营支撑 | 1. 具备数据分析运营能力                 |
|      | 2. 具备完备的客户服务处理机制              |

## 2、新增申请代码

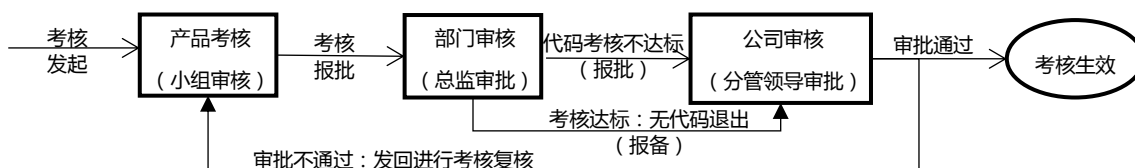
如合作方在首批次申请的基础上新增申请业务代码, 在满足上文首批次申请代码审核标准的前提下, 需增加以下审核项。

| 审核项  | 审核标准   |
|------|--|
| 收入   | 申请包月代码:要求已分配的各包月代码的用户规模均不低于 5 万用户<br>申请按次代码:要求已分配的各按次代码的月订购次数平均不低于 1 万次  |
| 投诉   | 月度考核中投诉得分不低于该项分值的 50%  |
| 资源贡献 | 满足以下条件之一<br>推广咪咕音乐客户端且用户规模达到月度考核中此项的最低得分要求;<br>为咪咕音乐广告带来收入且规模达到月度考核中此项的最低得分要求;<br>为咪咕音乐重点营销需求提供营销资源, 达到月度考核中的最低得分要求; |

## 第二节 业务代码考核管理

### 一、业务代码考核流程

以业务代码分配生效的次月起, 按每 6 个月为考核周期, 从运营规范性、收入情况对分配的业务代码进行考核, 考核审批流程如下:



### 二、业务代码考核标准

从运营规范性、收入情况对分配的业务代码进行考核，具体如下：

| 考核项   | 考核标准   |
|-------|--|
| 运营规范性 | 1、业务流程符合规范；  |
|       | 2、产品未出现重大批量投诉。   |
| 收入情况  | 包月业务代码：过往 6 个月月均业务收入不低于 5 万元<br>按次业务代码：过往 6 个月累计收入不低于 2 万元或累计订购次数不少于 1 万人次 |

根据业务管理需要，可通过业务公告的方式发布更新考核标准。

### 三、处罚及退出处理机制

对于业务代码从合作方合作状态、运营规范、收入情况三方面综合考虑业务退出回收机制。

#### （一）合作方因处罚原因终止合作：

1. 停止所有业务代码的用户新增；
2. 停止向业务代码对应渠道、对应 CP 的结算；
3. 进行用户全量退订后，做回收处理。

#### （二）合作方主动停止合作、未续约或代码不达标等原因被回收：

1. 停止所有业务代码的用户新增；
2. 如业务代码对应的 CP 方可继续为存量用户提供业务服务：
  - （1）调整为按 CP 商务模式只向对应 CP 结算（联合会员代码不涉及该操作）；
  - （2）设立 6 个月过渡期进行业务调整，到期后进行退订、回收。
3. 如不能延续服务或用户数低于 1000 人：直接进行全量退订，做回收处理；
4. 按次业务代码直接做回收处理。

注：若需回收的代码，可进行业务变更、用户迁移，经请示决策后，可按具体方案保留原用户做迁移利用。

## 第三节 业务代码运营管理

### 一、业务代码 CP 信息变更

合作方如因业务需要可申请对业务代码关联的 CP 代码进行变更，变更申请需经“分管领导审核”。

## 二、业务代码变更

在业务代码无存量用户的前提下，合作方可申请变更业务代码，并根据不同情况报不同层级进行审核：

1. 申请代码变更时，不得变更 CP 信息；
2. 如代码尚未启用推广，则可进行变更申请：
  - (1) 申请变更为更低资费的代码，需经“部门总监审核”后受理变更；
  - (2) 申请变更为更高资费的代码，需经“分管领导审核”后受理变更；
3. 代码变更后，原代码做回收处理；
4. 代码变更后，业务代码的考核仍延续进行，需合并计算原代码的考核周期。

## 第四节 内部分配业务代码管理

### 一、内部分配业务代码的基本原则

因各省移动公司或其他移动集团内各单位业务支撑需求、咪咕公司各类创新产品需求，而需要申请分配的业务代码，代码使用范围参照咪咕音乐自有门户相关产品，原则上不应通过开放合作伙伴进行推广。

### 二、内部分配业务代码的结算原则

向各省移动公司或其他移动集团内各单位、咪咕公司创新产品分配的业务代码，结算模式参照咪咕音乐自有门户的商务模式进行对外结算，原则上不按开放合作商务模式向渠道方进行结算。

### 三、内部分配业务代码的申请管理

各内部单位申请业务代码，由咪咕音乐有限公司内部需求部门审核（总监及分管副总审批）和受理部门审核（总监审批）后，进行受理和分配。

### 四、内部分配业务代码的考核、运营管理

该部分分配的代码原则参照“第二节 业务代码考核管理”和“第三节 业务代码运营管理”进行考核和运营管理，如因业务需要对代码考核和运营进行单独处理的，由业务需求部门提出申请经分管副总审批后方可受理。

## 第六章 处罚及退出管理

本公司严禁一切违法、违规业务行为，严格杜绝各类不良合作方式，对于合作中出现的任何不合规行为将采取相应机制进行严格处罚，本公司保留移动公安机关立案侦查，追究相关刑事责任的权利。如合作伙伴出现如下情况，本公司将对合作方在日常管控的基础上做严格处罚。

合作伙伴出现违法或重大违规事件，将直接终止合作，并从当月起停止对其的业务结算；

➤ 重大违规事件的定义：

- 1) 对中国移动通信集团公司、各省公司、咪咕公司以及咪咕音乐有限公司带来重大声誉危机的事件；
- 2) 同一事件一个月之内不同客户累计投诉数量或累计升级投诉数量较大，对咪咕公司造成恶劣影响的事件；
- 3) 违反国家法律、法规和行业政策开展业务；
- 4) 由于合作伙伴违约、违规行为导致重大负面社会影响，或对中国移动、咪咕公司形象造成重大影响；
- 5) 擅自外泄中国移动客户资料 and 用户信息，且造成政府部门通报或媒体曝光或大量用户投诉；
- 6) 提供淫秽色情等不健康信息，或内容违反法律法规禁止性规定的。或利用本公司提供的链接、接口等计费能力为淫秽色情、非法内容提供计费的。其它有损社会公德和侵犯他人合法权益、危害中国移动企业形象的信息内容；
- 7) 损害客户权益或违反信息安全等管理规定出现中央级媒体曝光；或引起国资委、工信部等政府管理部门高度重视和通报批评。

## 第七章 版本说明

本管理办法版本为 2018 年第一版修订，自 2018 年 1 月起开始执行。