**咪咕音乐有限公司**

**广告彩铃媒体方管理办法V2.0**

**（2018年12月发布）**

**2018年12月**

**文件更新履历表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **版本** | **文件名称** | **发文编号** | **管理归属部门** | **文件管理岗位** | **生效日期** | **备注** |
| V1.0 | 咪咕音乐有限公司  广告彩铃媒体方管理办法 | 咪音通[2017]40号 | 彩铃事业部 | 产品运营专员 | 2017.03 |  |
| V2.0 | 咪咕音乐有限公司  广告彩铃媒体方管理办法 |  | 彩铃事业部 | 二级产品运营助理 | 2018.12 |  |

第一章 编写目的及适用范围

一、为规范咪咕音乐广告彩铃媒体方相关合作管理工作，营造“开放、规范、健康、有序”的合作环境，特制定《咪咕音乐有限公司广告彩铃媒体方管理办法》（以下简称“本办法”）。

二、彩铃产品已经从单一的音频形态演进为音视频融合形态，因此本办法同时适用于咪咕音乐广告音频彩铃和广告视频彩铃的合作管理工作，下文中的“广告彩铃”若无特殊说明，均包含广告音、视频彩铃。

三、本办法适用于与咪咕音乐有限公司开展广告彩铃合作的所有媒体方合作伙伴。

四、本办法明确广告彩铃媒体方合作伙伴的引入、管理、考核、及退出规则。

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

第二章总则

## 一、定义

# （一）广告彩铃

|  |  |
| --- | --- |
| **术语** | **解释** |
| 广告彩铃 | 广告彩铃是承载音视频宣传信息的彩铃产品，在通话接通前，主叫用户将看到一段带宣传信息的视频内容或者听到一段带宣传信息的音频内容。从产品形态上可分为宣发铃和招财铃。 |
| 宣发铃 | 宣发铃即缺省彩铃，被叫用户具备音频或视频彩铃功能但未主动订购彩铃内容时，在通话前将向主叫用户推送系统缺省音视频彩铃内容，缺省音视频彩铃内容可根据需求承载宣传信息。 |
| 招财铃 | 招财铃是用户自愿向主叫用户推送带宣传信息的音、视频彩铃内容的产品，用户需主动确认才能成为招财铃用户。  音频招财铃产品的实现方式包括铃音盒和代言铃两种。铃音盒方式是指用户主动订购铃音盒以加入招财铃计划，系统将带宣传信息的音频彩铃加入该铃音盒以完成投放；代言铃是指用户主动订购某首带宣传信息的音频彩铃以完成投放；  视频招财铃产品实现方式为视频彩铃媒体群组，用户需主动确认方可加入媒体群组。系统将带有宣传信息的视频彩铃设置到媒体群组以完成投放； |

# （二）广告彩铃媒体方

|  |  |
| --- | --- |
| 广告彩铃媒体方 | 是指负责广告彩铃用户拓展、维系、服务，具备一定用户细分能力的合作伙伴，分为宣发铃媒体方和招财铃媒体方。 |
| 宣发铃媒体方 | 是指负责宣发铃的用户拓展、维系、服务的合作伙伴，通过BOSS等提供用户标签，**目前仅限省公司或其授权方担任**。 |
| 招财铃媒体方 | 是指负责招财铃用户拓展、维系、服务，具备一定用户细分能力的合作伙伴，分为传统媒体方、行业媒体方和专属媒体方三类。 |

# （三）招财铃媒体方分类及定义

|  |  |
| --- | --- |
| 传统媒体方 | 传统媒体方是指聚焦若干省份，经当地业务主管部门认可，拓展招财铃用户的媒体方。传统媒体方可由省公司及其他SP担任。 |
| 行业媒体方 | 行业媒体方一般为大型行业企业或主流互联网平台，包括线下型（如跨国大型快消品企业）和线上型（如大型社交平台）两种。  行业媒体方可利用其丰富的自有权益拓展招财铃用户。 |
| 专属媒体方 | 专属媒体方是指咪咕音乐其他产品合作伙伴将其用户同步拓展为招财铃用户的媒体方，目前分为三类：  1．CP类音频彩铃专属媒体方是指已获得CP专属铃音盒的内容合作伙伴，此类合作伙伴可将其CP专属铃音盒用户同步拓展为招财铃用户；  2.CP类视频彩铃专属媒体方是指已获得视频彩铃订阅服务产品的内容合作伙伴，此类合作伙伴可将其视频彩铃订阅服务产品用户同步拓展为招财铃用户；  3.渠道类专属媒体方是指已获得渠道包月产品的渠道合作伙伴，此类合作伙伴可将其渠道用户同步拓展为招财铃用户。 |

## 二、用户拓展方式

# （一）宣发铃用户拓展方式

宣发铃用户即缺省彩铃用户，具备音频或视频彩铃功能但未主动订购彩铃内容的用户全部为宣发铃用户，宣发铃用户由省公司负责拓展。

## （二）招财铃用户拓展方式

# 1. 传统、行业媒体方

广告音频彩铃：通过发展0元铃音盒或代言铃拓展用户，用户主动订购0元铃音盒或单首代言铃以加入媒体方的招财铃计划。

广告视频彩铃：通过发展视频彩铃媒体群组拓展用户，用户主动申请加入媒体方的招财铃计划，媒体方将该用户加入视频彩铃媒体群组。

# 2. 专属媒体方

|  |  |
| --- | --- |
| 专属媒体方类型 | 用户拓展方式 |
| CP类音频彩铃专属媒体方 | CP专属铃音盒用户确认后可直接成为该合作伙伴的招财铃用户。 |
| CP类视频彩铃专属媒体方 | 订阅服务用户确认后可直接成为该合作伙伴的招财铃用户。 |
| 渠道类专属媒体方 | 渠道包月产品用户确认后可直接成为该合作伙伴的招财铃用户。 |

注：传统媒体方、行业媒体方、专属媒体方均可利用其行业地位、社会关系将行业组织成员、企业员工拓展为招财铃用户。

第三章 合作伙伴引入

## 一、引入范围

1、缺省彩铃用户为省公司自有用户，宣发铃媒体方仅能由省公司或其授权方担任，无需单独引入。

2、省公司申请接入招财铃媒体方合作时，由于省公司在用户拓展、用户质量和用户投诉处理等方面均十分规范，可直接引入。

3、本章节对其他招财铃媒体方的引入标准、引入流程、工作职责、业务资费、商务模式进行要求，保障媒体方引入工作健康开展。

## 二、引入方式

公开引入，符合要求的合作伙伴均可报名。

评审阶段由现场评审人员打分或审核（**打分表、审核表见附件一**），平均得分85分及以上的合作伙伴全部引入；平均得分60分以下的合作伙伴，一年内不得再次参与广告彩铃媒体方引入合作。评审审核符合全部引入要求的合作伙伴全部引入，否则不引入。

## 三、传统媒体方、行业媒体方引入

# （一）引入要求

1.统一要求

（1）具有独立法人资格的有限责任公司或股份有限公司，或具有法人资格的事业单位；

（2）企业经营三年内，无违法犯罪记录，财务状况良好，信誉良好，需达到以下基本信用要求：

①未列入咪咕音乐不良信用记录，或者在与咪咕音乐其它项目合作过程中，未有过重大处罚的记录；

②未被“国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/）”列入“经营异常名录”和“严重违法失信企业名单”；

（3）为规范合作秩序，合作伙伴申报媒体方合作时需进行履约保证：

①传统媒体方

申请在部分省拓展用户的，缴纳2万元/省的保证金，申请多个省合作的，最高缴纳10万元的保证金。

②行业媒体方

仅支持申请全国合作，缴纳10万元的保证金。

2.特殊要求

（1）传统媒体方

至少选择一个省份进行用户拓展，为了避免在合作伙伴拓展用户时，引发规模投诉风险，申请接入传统媒体方的合作伙伴，必须获得用户拓展地省公司相关业务主管部门或用户拓展地地市公司的认可，须提供以下资料之一：

①与业务主管部门或用户拓展地地市公司签订的招财铃用户拓展协议，协议条款至少包含以下内容：

* 明确定义招财铃，以本办法定义为准；
* 同意申请方在XXX省（自治区、直辖市、市）开展招财铃用户拓展工作的条款；
* 明确招财铃用户拓展过程中，在拓展地产生的用户投诉处理原则；

②省公司业务主管部门或用户拓展地地市公司出具的招财铃用户拓展推荐函（**见附件二**）；

③由省公司业务主管部门或用户拓展地地市公司、咪咕音乐、合作伙伴召开三方会议，并形成具有支持合作伙伴拓展招财铃用户的会议纪要。

（2）行业媒体方

①申请方须为知名企业或知名企业授权合作方，知名企业需满足：

其中线下型需满足以下条件之一：

* 5年内曾入选《财富》世界500强1年及以上
* 5年内曾入选《财富中文网》中国企业500强2年及以上；
* 全国营业网点（自营、他营、指定经营等形式）数量超过1万个；

线上型需满足以下条件之一：

* 通过《易观千帆》查询自有APP月活跃人数不低于500万；
* 通过《易观千帆》查询自有APP细分行业排名前五；

②申请接入广告彩铃媒体方的合作伙伴为知名企业授权合作方的，须出具与知名企业相应合作协议等合作关系证明资料；

# （二）引入流程

1.咪咕音乐通过CMS平台或能力开放平台公开发布引入公告；

2.报名：合作伙伴按公告要求提交报名材料，含基本的资质证明材料、意向申报的省份信息表（**见附件三**）、合作意向书等，合作意向书至少包含以下基本内容：

（1）公司背景及团队介绍；

（2）拓展渠道、行业资源、目标用户规模介绍；

（3）推广模式、拓展方案介绍；

（4）客户服务方案：包括客服热线、客服联系人手机、客服邮箱、客服人员数量等；

（5）以往的成功项目和案例介绍；

（6）承诺拓展数量。

3.报名成功后，需在15个工作日内将报名资料纸质版寄送给指定人员（存档用）；

4.现场评审：由彩铃事业部指定2名评委、再从专家库随机抽取5名评委，共计7名评委进行现场评审打分，由公司纪检监察人员负责现场监督；

5.评审结果决策：评审结果上报咪咕音乐总经理办公会进行决策；

6.保证金缴纳：接到成功通知的10个工作日内，合作方须按规定向咪咕音乐全额缴纳履约保证金，未按时按量缴纳的合作方，将视为自动放弃合作，未来12个月内不得参与彩铃事业部所有业务合作接入；

7.正式签约：咪咕音乐与其签订正式的广告彩铃媒体方合作协议，协议有效期为一年。

## 四、专属媒体方引入

鉴于专属媒体方合作伙伴必须是音频专属铃音盒CP、视频彩铃订阅服务CP或渠道合作伙伴，已经通过相关管理流程完成引入，申请接入媒体方时，不再进行评审打分，符合要求的按流程直接引入。

# （一）引入要求

1.已经是咪咕音乐铃音盒CP、视频彩铃订阅服务CP或渠道合作伙伴；

2.未被“国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/）”列入“经营异常名录”和“严重违法失信企业名单”；

3.CP信用积分在70分及以上，渠道合作伙伴信用积分在70分及以上，且过往12个月内无重大违规记录；

4.为规范合作秩序，申报专属媒体方时需进行履约保证：

（1）CP类：预缴一年内（合同有效期内）广告投放费用不得低于M万元（M暂定为50）。

（2）渠道类：预缴一年内（合同有效期内）广告投放费用不得低于N万元（N暂定为10）。

***注1：***预缴的广告投放费用将用于实际广告投放，任何情况均不退还；

***注2：***后期如M、N值根据媒体方引入时的具体情况做调整，通过签报由分管VP审批后执行。

# （二）引入流程

1.咪咕音乐通过CMS平台或能力开放平台公开发布引入公告；

2.提交申请：CP专属铃音盒合作伙伴、视频彩铃订阅服务CP或渠道合作伙伴主动提出申请；

3.现场评审：由彩铃事业部指定2名评委、再从专家库随机抽取5名评委，共计7名评委进行现场评审审核，由公司纪检监察人员负责现场监督；

4.评审结果决策：评审结果上报咪咕音乐总经理办公会进行决策；

5.广告费缴纳：接到成功通知的20个工作日内，合作方须按规定向咪咕音乐全额缴纳预付广告费，未按时按量缴纳的合作方，将视为自动放弃合作，未来12个月内不得参与彩铃事业部所有业务合作接入；

6.正式签约：咪咕音乐与其签订正式的广告彩铃媒体方合作协议，协议有效期为一年。

## 五、工作职责

# （一）媒体方工作职责

1.负责招财铃用户拓展，在规定时间内发展到指定的规模；

2.负责保证所拓展用户的质量，以广告投放合同中广告主的要求为准；

3.负责招财铃用户维系工作；

4.媒体方均需积极配合省公司和咪咕音乐向用户提供客服支撑工作，传统、行业媒体方需具备固定客服电话并在日常推广中对目标用户进行宣贯。主要的客服工作包括且不限于：用户侧的产品解释、业务使用中遇到的各类问题解答、业务变更办理（包括产品变更、退订等）、二线客服投诉处理、业务改进建议等；

5.定期提供产品运营分析、用户拓展报告并给予优化建议。

# （二）咪咕音乐工作职责

1.负责产品统一规划和管理；

2.负责承载产品系统建设、优化及运维，提供业务所需的订购、计费等能力；

3.负责招财铃广告招商工作，包含但不仅限于广告代理商引入管理、广告主引入、广告内容审核等；

4.负责通过客户服务体系，提供产品客服支撑；

5.负责广告彩铃媒体方的引入、管理和考核。

## 六、业务资费

1.使用招财铃业务的用户需具备基础音频彩铃或视频彩铃功能，由用户自行承担音频彩铃或视频彩铃功能费用；

2.音频招财铃铃音盒资费为0元/月；

3.音频代言铃资费为0元；

4.加入视频媒体群组免费；

5.专属媒体方的CP专属铃音盒、CP订阅服务、渠道包资费按相关产品管理办法执行；

# 七、商务模式与结算

按广告代理商：咪咕音乐：媒体方=30%：20%：50%比例进行广告收入分成，咪咕音乐收到广告费用后，将广告投放收入的50%分成给媒体方。

结算金额=咪咕音乐广告彩铃业务运营收入(不含税)\*50%+增值税专用发票中列明的税额，投放结束后咪咕音乐根据投放结算报表以成本形式支付给媒体方。

第四章日常管理

为创造公平竞争的市场环境,维护广告彩铃市场秩序,提高广告彩铃资源配置效率,本着“公平、公正、公开”的原则,对传统媒体方、行业媒体方进行考核，专属媒体方按照相关管理办法进行考核，本办法不做规定。

传统媒体方、行业媒体方拓展用户时，必须提前至少10个工作日将拓展方案、推广区域等所有相关材料以邮件形式向咪咕音乐广告彩铃管理员报备。

## 一、考核方式

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核周期 | 考核阈值 | 考核措施 | 处罚措施 |
| 月考核 | 月不知情投诉量≥M | 警告1次 | 当月累计警告次数＞5次，当月考核记为不合格，扣减保证金总额的10% |
| 每超过M值20起 | 追加警告1次 |
| 年考核 | 月度考核累计不合格次数≥6次 | 次年不予续签合作合同 | |

**M值（M不知情投诉量阈值）：**其初始值根据媒体方上月招财铃用户规模不同分为三个等级：

M1级：上月用户规模＜10万户的，初始值M1为150；

M2级：10万≤上月用户规模＜30万的，初始值M2为300；

M3级：上月用户规模≥30万的，初始值M3为450。

***注1：***投诉量阈值M根据整体投诉情况进行灵活调整，经业务部门总监审批通过，再报市场部报备后执行；

***注2：***多次受到保证金扣减处罚，保证金余额不足总额的60%且剩余合作期限超过1个月的媒体方，应立即将保证金补交至初始金额，如未按要求完成补交的，视为合作方主动终止合作，剩余保证金不予退还；

第五章退出管理

## 一、退出方式

# （一）主动退出

媒体方合作伙伴因自身原因可以主动要求终止合作，必须至少提前三个月向咪咕音乐提出书面申请，在过渡期间应继续向其客户提供服务，且配合咪咕音乐做好客户移交工作；

# （二）违法退出

媒体方合作伙伴在进行业务推广过程中出现违法行为的，咪咕音乐将终止与其的合作关系。

违法行为包括但不限于以下情形：

1.反对中华人民共和国宪法所确定的基本原则的；

2.危害国家安全，泄露国家秘密，颠覆国家政权，破坏国家统一的；

3.损害国家荣誉和利益的；

4.煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结的；

5.破坏国家宗教政策，宣扬邪教和封建迷信的；

6.散布谣言，扰乱社会秩序，破坏社会稳定的；

7.散布淫秽、色情、赌博、暴力、凶杀、恐怖或教唆犯罪的；

8.侮辱或者诽谤他人，侵害他人合法权益的；

# （三）违规退出

媒体方合作伙伴在进行业务推广过程中出现违规行为并造成严重后果的，咪咕音乐视情况可终止与其的合作关系。

违规行为包括但不限于以下情形：

1.未经客户确认，对用户进行捆绑，蓄意篡改客户数据、获取合作收益或引发大规模用户投诉，对咪咕音乐及中国移动造成负面影响的

2.虚假营销，夸大产品功能，擅自修改产品主要标识、名称、功能说明等内容，发布虚假活动消息，误导客户使用的；

3.侵犯移动或咪咕品牌，擅自利用中国移动品牌误导客户的；

4.被纳入中国移动通信集团或其它省公司不良信用记录的；

5.多次受到保证金扣减处罚，需补交但未按要求补交的。

# （四）资格变更退出

1.媒体方合作伙伴发生资格变更，如公司管理团队、业务开展资质等，不再满足媒体方合作伙伴基本资质，咪咕音乐将终止与该媒体方的合作关系；

2.在合作过程中，媒体方合作伙伴公司主体已经注销，则与该媒体方的合作自然终止；

3.在合作过程中，专属媒体方与咪咕音乐CP类、渠道类合作协议终止，则与该媒体方的媒体方合作协议自然终止。

## 二、用户处理原则

媒体方合作伙伴退出后，需配合咪咕音乐做好存量用户的移交工作。其发展用户的处置权、管理权完全归属咪咕音乐有限公司，咪咕音乐有权对退出媒体方发展的用户进行承接工作、以及新引入合作方进行业务支撑等工作。

第六章续签原则

符合以下条件之一，可续签媒体方合作协议：

（一）上一合同期内，月度考核累计不合格次数＜6次的传统媒体方和行业媒体方；

（二）上一合同到期时，仍是咪咕音乐铃音盒CP、视频彩铃订阅服务CP或渠道合作伙伴的专属媒体方；

媒体方续签请示将根据其上一合作期金额的数量，按照公司三重一大管理原则审批后执行，续签合同有效期为一年。

第七章保证金处理原则

## 一、续签时的媒体方

（一）受到本办法规定的保证金扣减处罚的媒体方，应将保证金补交至初始金额；

（二）未受到本办法规定的保证金扣减处罚的媒体方，保证金保持不变。

## 二、退出时的媒体方

（一）未受到本办法规定的保证金扣减处罚的媒体方，全额退还保证金；

（二）受到本办法规定的保证金扣减处罚的媒体方，退还剩余部分保证金。

**附件一：引入打分表**

1、传统媒体方



2、行业媒体方



3、专属媒体方



**附件二：推荐函**

**关于推荐XXX公司为XXX省**（自治区、直辖市、市）

**招财铃媒体方的函**

咪咕音乐有限公司：

XXX公司是一家（公司简介，包含公司业务、公司优势、获得荣誉、用户拓展或与移动合作案例等）。

我公司（中国移动通信集团XXX有限公司XXX分公司）已知晓招财铃业务模式，兹推荐XXX公司为XXX省（自治区、直辖市、市）

招财铃媒体方。

中国移动通信集团XXX有限公司XXX分公司

年 月 日

**附表三：意向申报的省份信息表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **意向申报省份信息表** | | | | |
| 单位名称 |  | 申报省份 | |  |
| 优势描述  （简要阐述） |  | | | |
|
|
|
| 拓展计划  （简要阐述） |  | | | |
|
|
|
|
| 分省负责人 |  | 负责人电话 |  | |
|  | 日期 |  | | |
|  | 签章 |  | | |
|  | | |