



咪咕音乐

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

二〇一九年

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
1.1	咪咕音乐有限公司开放合作管理办法（日常运营分册）		渠道中心	-	2018年1月	优化其中信用积分等细则。
1.2	咪咕音乐有限公司开放合作管理办法（日常运营分册）		渠道中心		2018年6月	优化月度考核、结算管理和业务代码管理等
1.3	咪咕音乐有限公司开放合作管理办法（日常运营分册）		渠道中心		2018年12月	新增白金会员业务代码管理规则
1.4	咪咕音乐有限公司开放合作管理办法（日常运营分册）		拓展中心		2019年3月	主要对日常运营规则、信用积分和业务代码管理三部分进行优化
1.5	咪咕音乐有限公司开放合作管理办法（日常运营分册）		规划合作部		2020年1月	启用咪咕文化西瓜信用替代原有信用积分，并对业务代码管理部分进行优化

目录

第一章	总则	3
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	8
第五章	业务代码管理	9
第一节	业务代码申请管理	9
第二节	业务代码运营管理	11
第三节	内部分配业务代码管理	11
第六章	处罚及退出管理	12
第七章	版本说明	13

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）》。

二、本管理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方，统一按公司维度进行日常运营管理。本管理办法所指联合会员为咪咕音乐自行引入的联合会员，不涉及 2019 年起咪咕文化统一决策接入的联合会员。

三、本管理办法明确合作原则、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、合作方必须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

对所有开放合作方，按不同业务类型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 (得分项：50分)	指标>=300	50分
	200<=指标<300	40分
	100<=指标<200	30分
	30<=指标<100	20分
	10<=指标<30	10分
	指标<10	0分
健康度：万元信息费投诉比 (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 (加分项：最高50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8万元	5分
	为咪咕音乐业务带来的现金收入：不低于20万元	10分

	为咪咕音乐业务带来的现金收入：不低于 40 万元	15 分
	为咪咕音乐业务带来的现金收入：不低于 60 万元	20 分
	为咪咕音乐业务带来的现金收入：不低于 100 万元	30 分
	为咪咕音乐业务带来的现金收入：不低于 200 万元	50 分
	为咪咕音乐客户端带来活跃用户：不低于 10 万用户；	10 分
	为咪咕音乐客户端带来活跃用户：不低于 20 万用户；	15 分
	为咪咕音乐客户端带来活跃用户：不低于 40 万用户；	20 分
	为咪咕音乐客户端带来活跃用户：不低于 60 万用户；	30 分
	为咪咕音乐客户端带来活跃用户：不低于 80 万用户；	40 分
	为咪咕音乐客户端带来活跃用户：不低于 100 万用户；	50 分
投诉扣分 (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：考察项中具体考核标准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) 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；
- (2) 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；
- (3) 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 6 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		记 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 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	

对于重点督办的投诉以及产品拨测/风控监测等情况，对合作方推广通道（包括合作方的应用或应用发行方）及业务实施双重管控，按照附录 1、2 规则进行管控实施；以上通报规则及处罚标准，可通过公告发布调整修改。

第三章 信用积分管理

一、咪咕音乐采用咪咕文化“西瓜信用”积分制度对社会渠道实施分层分级管理，通过信用积分体系对社会渠道发展的健康性、重要性进行综合评估，确定社会渠道的信用积分。信用积分最高为 1000 分，最低为 0 分。

二、根据信用积分情况不同，将社会渠道划分为 7 个等级，按分级进行各合作方分层分级支撑。

信用积分	合作方分级	合作方权益/处罚
800 ≤ 得分 ≤ 1000	A	可申请新业务代码、新产品、新类型合作
600 ≤ 得分 < 800	B	可申请新业务代码、新产品
450 ≤ 得分 < 600	C	停止投放新业务代码、新产品或开展新类型合作

300≤得分<450	D	C级措施叠加 暂停话费计费能力或暂停客户端推广
150≤得分<300	E	D级措施叠加 暂停渠道费用结算
0<得分<150	F	E级措施叠加 全面暂停业务销售合作
得分≤0	/	终止合作，并在渠道引入方范围内对其关联公司进行联动处罚，暂停其关联公司在所有业务线合作、暂停其关联公司所有业务结算直至对其处罚完毕；若其违约金未足额支付的，可扣除其关联公司未结算款补足。关联公司定义参见《咪咕文化科技有限公司合作伙伴不良信用名单管理办法》。

三、信用积分的计算采取加权积分制，每月计算信用得分，通过近期得分加权积分即为目标月份信用积分。具体信用积分计算规则由咪咕文化服务品质单元在信用积分管理办法分册中明确。咪咕音乐自定义部分规则见附录4。

四、发生第六章定义“重大违规”，将立即通过违规扣分功能一次性扣减信用积分至0分（对应西瓜信用“一般违规”）

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

根据规则对合作方结算金额进行支付扣减：

分类	扣减原因	结算金额扣减阶梯
预警通报分级处罚	一级预警	结算金额支付 75%
	二级预警	结算金额支付 50%
	三级预警	结算金额支付 25%
	四级预警	结算金额支付 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

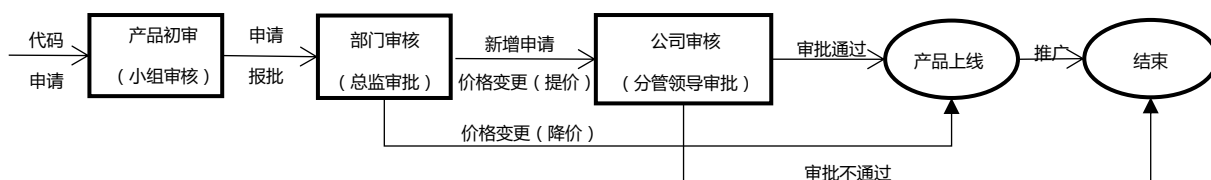
一、申请审核流程

1、申请规则

合作方根据业务需要向拓展中心提交业务代码申请；拓展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 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
资源贡献	满足以下条件之一 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； 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； 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；

对于开展白金会员推广合作的业务代码申请，不对“收入”和“资源贡献”

做要求。

第二节 业务代码运营管理

一、业务代码管理机制

业务代码管理机制见附录 3，根据业务管理需要，可通过业务公告的方式发布更新管理机制。

二、业务代码 CP 信息或业务代码名称变更

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”。

三、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，业务代码的管理仍延续进行，需合并计算原代码的管理周期。

第三节 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方进行推广。

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合作方进行结算。

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。如合作方出现如下情况，本公司将对合作方在日常管控的基础上做严格处罚。

合作方出现违法或重大违规事件，符合《咪咕文化科技有限公司合作方不良信用名单管理办法》规定的，按照该办法要求进行认定并处罚。其余情况，将直接终止合作，并从当月起停止对其的业务结算，且2年内不得重新申请接入；

➤ 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) 由于合作方违约、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 2019 年第二版修订，自 2020 年 1 月起开始执行。

附录 1：重点督办投诉管控规则

适用情况	处罚措施	说明
省公司、工信部、通管局及地方监管机构重点督办的重要投诉	涉及推广通道当省整改 3 个月，涉及业务当省暂停新增 1 个月，情节严重的配合清理涉及此推广通道的用户，暂停合作方所有业务当省推广 1 个月	根据影响程度需要高于默认处罚标准的，通过部门会议讨论决策处罚措施并执行。对于咪咕文化等上级管理部门有明确要求的，按照要求实施处罚。
中移动上级管理部门或全国性监管机构重点督办的投诉或中央级媒体曝光的重大影响投诉	涉及推广通道全网整改 4 个月，涉及业务全网暂停新增 1 个月，情节严重的配合清理涉及通道用户，并暂停合作方所有业务全网推广 1 个月	

附录 2：拨测/风控/监测管控规则

管控情况	管控措施	说明
省公司拨测/监测	涉及推广通道当省整改 3 个月，涉及业务警告 1 次	1、当月涉及业务警告超过 2 次，涉及业务暂停推广 15 天，达到 4 次，暂停推广 1 个月，达到 5 次，全业务暂停推广不低于 1 个月；当月推广渠道的管控情况涉及到多次，每增加 1 次，渠道整改时间增加 1 个月。 2、根据影响程度需要高于默认处罚标准的，通过部门会议讨论决策处罚措施并执行。对于咪咕文化等上级管理部门有明确要求的，按照要求实施处罚。
中移动集团、咪咕文化风控/拨测/监测	涉及推广通道全网整改 3 个月，涉及业务警告 1 次	
工信部、通管局拨测	涉及推广通道全网整改 3 个月，涉及业务整改不低于 15 天	

附录 3：合作业务代码管理规则

合作业务代码管理机制
<p>一、合作期内代码管理</p> <p>对于合作期内的合作方，每年底对分配生效超过 1 年且最近 6 个月平均用户少于 1000 的包月业务代码：停止业务代码的用户新增，并做退订回收处理；</p> <p>二、合作方退出（中止合作、未续约）代码处理</p> <p>对 1. 按次业务代码、2. 用户数低于 1000 的包月业务代码，以及 3. 因违规被退出的合作方业务代码，直接回收处理。</p> <p>对用户数不低于 1000 的包月业务代码：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、 停止用户新增； 2、 若代码所属 CP 在内容合作期内可继续为存量用户提供业务服务，或者咪咕音乐可继续提供服务的，按自有渠道模式进行 CP 结算（联合会员代码不涉及），并参考合作期内代码管理原则进行年度代码管控处理； 3、 若不能延续服务或申请延续不通过，且咪咕音乐无法继续提供服务的，做退订回收处理； <p>注 1：退订回收时，若用户数高于 1000 人，可做分批次退订回收</p> <p>注 2：对于需回收的代码，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；</p>
处理流程
<pre> graph LR A[发起需求] --> B[需求评估 (小组评估)] B -- 需求报批 --> C[部门审核 (总监审批)] C -- 审批通过 --> D((需求生效)) C -- 审批不通过：发回进行需求复核 --> B </pre>

附录 4、西瓜信用咪咕音乐自定义项

1、健康度（扣分项）规则：

初始分 100。当月根据日常运营规则的“月累计通报次数”每有 1 次，扣 25 分，多次通报叠加计算，直到扣减至 0 分；若当月工单处理及时率低于 95%（不含），扣 20 分。

2、“战略重要性”（加分项）规则：

本项分为“公司重要性”和“运营重要性”两个子项。子项内加分项取最高值，不叠加。子项间分数相加，但不超过 100 分。

子项	加分项	加分值
公司重要性（对于母公司具备相应资质，其含 50%以上控股的子公司可加分，但不追溯到子公司的子公司）	与中国移动集团公司签订战略合作协议	100
	国家级、中央级媒体门户	
	与咪咕文化、咪咕音乐签订战略合作协议	
	A 股上市（不含新三板）、其它国家地区上市、央企	
运营重要性	省级媒体门户	
	当月信息费收入（分成前）达到 5 万元	100

其中的“公司重要性”分数确定流程：

- 合作方按规则申报公司重要性加分证明资料；
- 拓展中心对新申报资料进行评审，形成会议纪要；
- 对于评审通过的合作方，其重要性加分在最近月份的信用积分中生效，不追溯之前已出具积分的月份；