



咪咕音乐有限公司
合作推广管理办法
(数字产品销售渠道分册)
V1.6

咪咕音乐有限公司

2021年1月

文件更新履历表

版本	文件名称	发文编号	管理归属部门	生效日期	备注
1.0	咪咕音乐有限公司开放合作管理办法（数字产品销售渠道分册）	咪音渠道（2017）3号	渠道中心	2017年11月	根据管理办法体系调整，将原《咪咕音乐有限公司开放合作管理办法v6.0》中引入细则单独成册
1.1		咪音渠道（2018）1号	渠道中心	2018年6月	调整续约部分条款
1.2		咪音通（2019）58号	规划合作部	2019年5月	调整续约部分条款，删除商务模式中涉及老五套计费点的内容
1.3		咪音通（2019）200号	规划合作部	2020年1月	按照咪咕文化最新发布的渠道管理办法进行调整
1.4		咪音通（2020）97号	创新中心	2020年7月	新增视频彩铃包月分成比例描述；更新评审流程；更新续约考核规则；新增附件《合作方可购买的咪咕音乐产品/服务表》
1.5		咪音通（2020）106号	创新中心	2020年8月	修订专项接入条款，细化并明确省公司推荐方式。修订核心渠道认定条款，并优化了文档结构。
1.6	咪咕音乐有限公司合作推广管理办法（数字产品销售渠道分册）		创新中心	2021年1月	修订评审组组成标准、优化收入规模设计、修订续约考核标准、补充合作方可购买的咪咕音乐产品/服务表

目录

第一章 概述.....	4
第一节 办法总则	4
第二节 合作概述	4
第二章 合作伙伴引入.....	5
第一节 公开评审引入.....	5
第二节 专项合作引入.....	7
第三节 引入工作流程.....	8
第四节 核心渠道认定.....	9
第三章 商务模式及结算管理.....	9
第四章 运营及考核管理.....	10
第五章 续约及退出管理.....	10
第六章 版本说明.....	12
附录 1 渠道类型对应业务分成比例.....	13
附录 2 合作方可购买的咪咕音乐产品/服务表	13
附录 3、数字产品销售渠道的收入规模计算方式.....	13

第一章 概述

第一节 办法总则

一、为规范咪咕音乐合作推广中数字产品销售渠道的合作开展，提升咪咕音乐渠道销售效果，咪咕音乐有限公司特制定《咪咕音乐有限公司合作推广管理办法（数字产品销售渠道分册）》。

二、本管理办法适用于和咪咕音乐有限公司开展数字产品销售渠道合作的合作伙伴（以下简称销售渠道、渠道合作伙伴、渠道合作方或者渠道），由咪咕文化一点接入的渠道按《咪咕文化科技有限公司合作渠道管理办法》等办法进行管理。

三、本管理办法明确合作伙伴的合作原则、接入要求、续约及退出等管理规则。

四、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。

第二节 合作概述

咪咕音乐数字产品销售渠道是指通过各类 APP 应用、网站站点、线下服务、增值业务产品等业务载体、营销通道或推广方式进行咪咕音乐相关内容、产品、业务的推广销售的合作方。

咪咕音乐负责向渠道合作方提供咪咕音乐内容库中的歌曲等内容、咪咕音乐的各类产品以及其他业务能力。

渠道合作方负责基于自身资源开展推广、运营，保障咪咕音乐数字内容、产品得以传播、销售。

第二章 合作伙伴引入

本章节对销售渠道的资质要求、引入标准、工作流程及合作的规范性进行要求。

第一节 公开评审引入

一、 引入方式：

公开评审

二、 引入周期：

根据业务发展需要，不定期组织开展。

三、 评审工作组织：

由咪咕音乐公司组成评审小组，评审小组总人数原则上不低于 5 人。根据得分排序形成建议引入名单。

评审小组由业务人员和评审专家组成。业务人员由创新拓展中心及业务主责部门（若有）各指定 1 名。评审专家通过专家库随机抽取。

。

四、 评审考察内容：

数字产品销售渠道合作伙伴应满足以下评审考察要求。

(1) 基本资质要求

(一) 具备企业法人营业执照、组织机构代码证、税务登记证、银行开户许可证等相关证照，通过相关政府机关的年度检查，完成相关登记备案。国外企业需提供其具备公司主体资格的证明材料，可包括公司注册证书、章程、资信证明、中国驻当地领馆出具的认证等。

(二) 具备自有推广资源及相关证明，符合相关法律法规证照要求。

(三) 合作伙伴 1 年内没有因为未完全履约或信用积分不满足要求而被咪咕音乐不再续约。2 年内没有因为违规被咪咕音乐中止合作。

(四) 合作伙伴未列入咪咕公司不良信用名单。未列入严重违法失信企业名单。

(五) 公司注册时间需满 2 年，注册资金不少于人民币 50 万元。

(2) 业务能力要求

合作方应具有满足合作要求的产品团队、项目协同团队、落地支撑团队、客服团队。

合作方的全年收入计划具有一定规模。

要求合作方的业务产品具有符合本项目合作的行业影响力、知名度或用户规模；并可提供其作为本项目的基本合作资源。

(3) 项目合作方案

合作方需提供如何推广数字音乐内容、分销数字音乐产品的具体方案，明确如何提高用户规模、扩大销售收入。包括如何根据咪咕音乐内容、产品开展产品合作，如何基于数据分析开展运营，如何建立业务管理、风险控制等相关机制、体系。

五、 建议引入名单形成办法

- (1) 根据考察内容形成评审评分标准，评审专家根据标准进行打分；
- (2) 客观依据打分结果形成建议引入名单；原则上合作方未满足公司基本资质要求或评审总得分低于 70 分不得进入引入建议名单；
- (3) 名单以考察总得分排序，分数相同时以相应分项得分顺序排序；
- (4) 建议引入名单报总经理办公会进行集体决策，最终确定引入名单。

第二节 专项合作引入

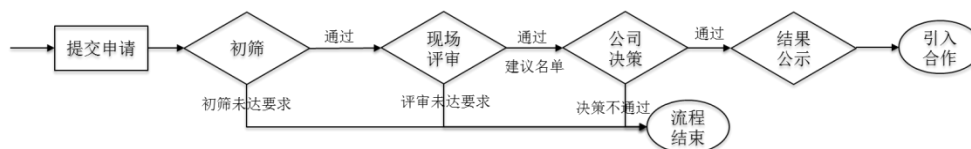
因公司业务发展需要可对符合以下情况且达到基本资质要求的合作方开展专项合作引入：

1、由中国移动集团及各省公司（省公司以推荐函的方式推荐，盖省公司章，或者盖部门章加二级副职及以上领导签字）、国家政府机构、咪咕文化推荐的合作伙伴。

2、因公司业务发展需要，亟需引入具有特殊资源的合作方。

第三节 引入工作流程

一、公开评审引入工作流程



步骤 1：提交申请

意向合作方递交合作意向和报名资料

步骤 2：初筛

根据“基本资质要求”，对合作方提交的申请、提供的材料进行筛查，如明显不符合要求或不能提供相应证明材料的，初筛不予通过；初筛结果由部门会议进行复核。然后发布通过初筛的合作方名单，通知其按要求准备材料参加评审。

步骤 3：现场评审

按评审规则规定组织现场评审，各合作方进行现场应答或提交评审材料进行书面应答。

步骤 4：评审结果决策

根据现场评审打分结果报总经理办公会决策。

步骤 5：评审结果公告

根据决策发布通过评审的合作方名单，进行公告。

步骤 6：签约合作

公告后，与合作方签约开展合作。

二、专项引入工作流程

专项合作引入由项目负责部门提供项目合作伙伴接入意见，渠道部门初审通过后，报咪咕音乐总经理办公会或专题会决策，审批通过后由渠道部门完成签约、开展合作等后续流程。

第四节 核心渠道认定

首次与咪咕音乐进行数字产品销售渠道合作签约时，签约方满足以下条件之一，可成为咪咕音乐核心渠道，否则为普通渠道：

- 中移动集团的战略合作伙伴（签订合作协议且在有效期内）；
- 咪咕文化的战略合作伙伴（签订合作协议且在有效期内）；
- 咪咕音乐的战略合作伙伴或者咪咕音乐的全面合作伙伴（签订合作协议且在有效期内）；

对于符合以上条件，但无法直接与咪咕音乐开展渠道合作的公司，可独家授权其一家控股子公司开展核心渠道合作。

第三章 商务模式及结算管理

一、商务模式

渠道中战略合作和核心渠道销售咪咕音乐包月、点播等信息费产品，结算比例上限为 40%(含达量奖励)，其他渠道销售包月、点播等信息费产品结算比例上限为 30%(含达量奖励)。具体分成比例见附录 1。

二、结算扣减

具体扣减细则依据《咪咕音乐有限公司合作推广管理办法（日常运营分册）》执行。

第四章 运营及考核管理

按规定对合作伙伴的日常运营、月度考核、信用积分等方面进行管理，具体管理细则依据《咪咕音乐有限公司合作推广管理办法（日常运营分册）》执行。数字产品销售渠道的收入规模包括大屏信息费和小屏信息费（信息费收入均以咪咕侧计费为准），收入规模具体计算方式见附录 3。

第五章 续约及退出管理

一、合作伙伴主动退出:合约期满后，合作伙伴因自身原因，不再续签协议，主动终止合作。

二、合作伙伴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伙伴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。其他情况，将直接终止合作，并停止其当月账期起的业务结算，且 2 年内不得重新申请接入。

三、合作伙伴信用积分扣减至 0 后，执行违规退出。

四、资质变更退出:渠道发生资质变更(如注册资金、渠道资源、业务资质等)，不满足基本资质要求的，咪咕音乐可提前终止合作。

五、合作伙伴接入合作的产品未达到中国移动集团、咪咕文化、咪咕音乐相关技术规范的要求，或未按要求及时升级，可终止合作或不予续约，1年内不得重新申请接入。

六、合同到期前进行续约评估（合同期内月度考核不足6次，不做该评估），有如下情况之一，则不予续约，1年内不得重新申请接入：

- 合作伙伴近6次月度考核平均得分低于60分；
- 近6个月月均收入规模低于5万元，且合同期内购买咪咕音乐产品/服务（见附录2）低于30万元（含税）或投放/代理咪咕音乐广告总金额不超过300万（含税）；
- 合作伙伴近6次西瓜信用积分都低于450分。

合作伙伴未出现以上情况，可进行续约。

对于符合以下条件的合作伙伴，可不进行关于月度考核和月均收入的续约评估。

- 与咪咕音乐相互开展渠道合作的联通、电信的音乐专业公司
- 中国移动集团下属单位、国家政府机构

七、对满足续约考核要求的渠道，不论其首次签约是否核心渠道，若续约考核前月度考核平均得分在80分及以上的，以核心渠道方式续约，否则以普通渠道续约。普通渠道变更为核心渠道，或核心渠道变更为普通渠道时，其信用积分不作改变。

八、未能达到合同约定的相关要求或未完全履行相关义务，则不予续约，1年内不得重新申请接入。

九、咪咕音乐在中国移动各省公司完成稽核结算，并扣除违约金（如有违约）后，与渠道进行酬金清算。合作伙伴有义务在退出前配合咪咕公司解决因退出带来的客户服务等问题，如有用户投诉未处理完成、欠费未结算等遗留问题，需妥善解决。

具体细则参见《咪咕音乐有限公司合作推广管理办法（日常运营分册）》中相应条款。

第六章 版本说明

本管理办法自 2021 年 1 月起开始执行。

附录 1 渠道类型对应业务分成比例

渠道类型	彩铃包月、渠道专属包月、视频彩铃包月（咪咕音乐视频彩铃专属订阅包）	除彩铃包月、渠道专属包月外的其他包月业务	按次业务
普通渠道	30%	30%	30%
核心渠道	30%	40%	40%

附录 2 合作方可购买的咪咕音乐产品/服务表

类型	产品/服务名称
数字内容产品	咪咕音乐自有会员、联合会员、数字专辑、振铃、音乐包
卡币类	咪咕音乐卡
实体产品	咪咕音乐衍生品

附录 3、数字产品销售渠道的收入规模计算方式

数字产品销售渠道的收入规模=大屏业务信息费收入 x10+小屏业务信息费收入。