*合作伙伴运营考核系统*

需求说明书

需求提出人\_\_\_\_王玮\_\_\_

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 文件状态：  [√] 草稿  [ ] 正式发布  [ ] 正在修改 | 文件标识： |  |
| 当前版本： | V3.0 |
| 作 者： |  |
| 完成日期： | 2017/8/15 |

文档需求修改记录

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **版本号** | **主要作者** | **修改记录** | **完成日期** |
| V1.0 |  | 合作伙伴业绩考核需求 | 2016/4/18 |
| V1.0 |  | 合作伙伴月度稽核需求 | 2016/4/18 |
| V1.0 |  | 合作伙伴月度奖池需求 | 2016/4/18 |
| V1.0 |  | 合作伙伴季度分层分级需求 | 2016/4/18 |
| V2.0 |  | 合作伙伴业绩考核需求 | 2017/4/8 |
| V2.1 |  | 内容版权得分需求 | 2017/7/18 |
| V3.0 |  | 合作伙伴分层分级 | 2017/8/15 |

目 录

[1. 引言 4](#_Toc479604616)

[1.1. 目的 4](#_Toc479604617)

[1.2. 文档约定 4](#_Toc479604618)

[1.3. 功能范围 4](#_Toc479604619)

[2. 需求描述 5](#_Toc479604620)

[2.1. 数据指标定义 5](#_Toc479604621)

[2.2. 考核评分 6](#_Toc479604622)

[2.3. 稽核 10](#_Toc479604623)

[2.4. 功能架构 11](#_Toc479604624)

[2.5. 报表样式和周期 12](#_Toc479604625)

[2.6. 运行环境 12](#_Toc479604633)

[3. 非功能需求 13](#_Toc479604634)

[3.1. 性能需求 13](#_Toc479604635)

[3.2. 压力需求 13](#_Toc479604636)

[3.3. 安全需求 13](#_Toc479604637)

[3.4. 需求实现时间 13](#_Toc479604638)

[3.5. 附件 13](#_Toc479604639)

## 引言

### 目的

为维护咪咕视讯的市场秩序，提高咪咕视讯和视频的业务质量，激励合作伙伴诚信经营，促进业务增长，特制订了“咪咕视讯科技有限公司品牌、合作业务合作伙伴运营考核细则（2017年修订版）”以及“咪咕视讯科技有限公司G客业务合作伙伴运营考核细则（2017年修订版）”，详见附件一和附件二，包含合作伙伴相关业务的月度业绩考核、稽核规则设置等。为规范操作流程，将通过考核系统平台实现对合作伙伴考核打分、异常数据稽核等全流程平台化操作，提升工作效率和部门协同性。

### 文档约定

本说明书在编制时，遵守IEEE发布的对软件需求说明书的文档约定，严格遵守其约定。

* 技术项目经理
* 项目组设计人员
* 项目组开发人员
* 项目组测试人员

### 功能范围

本项目提供基于合作伙伴运营考核管理办法，实现合作伙伴业务月度业绩考核、运营稽核，以上功能的具体实现各包含相关逻辑功能如下：

1、客观性指标考核评分能力：（1）比高评分法，对合作伙伴业务月度各项考核指标进行比高排名，形成四个阶梯层级，每个阶梯进行相应的评分，获得客观项分数。（2）指标核算法，针对部分考核指标可多个维度可以量化，采用指标核算的考核方式，每个采用指标核算法的指标项目，都配有明确的核算维度和配分。

2、主观性指标考核评分能力：考核人员根据指标核算法、集体打分法等主观性打分规则，对合作伙伴主观性指标进行评分，由考核人员手动录入系统进行评分。

3、 合作伙伴业务运营稽核能力： 每月对不符合标准的合作伙伴业务进行月度运营稽核，稽核规则可在系统上进行阀值配置。

## 需求描述

### 数据指标定义

1、客观项数据指标：

|  |  |
| --- | --- |
| 字段名称 | 指标口径 |
| 累计新增收入 | 自2017年4月1日起至考核当月累计新增收入 |
| 使用用户数与在订付费用户比例 | 分子为考核月使用合作伙伴业务的注册用户数，分母为考核月月末合作伙伴业务付费在订用户数 |
| 访问活跃度 | 日均访问用户数/月剔重访问用户数 |
| 节目观看次数均值 | 节目人均使用次数/当月上传节目数量 |
| 节目观看时长均值 | 节目人均使用时长/当月上传节目数量 |

2、主观项评分数据：

|  |  |
| --- | --- |
| 字段名称 | 备注 |
| 节目发布量与质量 | 考核人员评分上传 |
| 内容版权 | 考核人员评分上传 |
| 产品运营建设 | 考核人员评分上传 |
| 联合品宣 | 考核人员评分上传 |
| 内容项目合作量和质量 | 考核人员评分上传 |
| 工作配合度 | 考核人员评分上传 |
| 加分项 | 考核人员评分上传 |

注：1、客观项数据由考核系统平台计算后得到，并按附件考核细则进行评分。

2、主观项数据由考核人员根据考核细则评分后上传至系统平台。

3、节目观看次数均值和观看时长均值需通过考核人员上传指定的节目ID来计算

4、客观项数据计算和评分需通过考核人员上传的维表来进行计算

### 考核评分

#### 比高评分法

针对可量化考核的各客观项考核指标，依据各合作伙伴就该考核指标完成情况进行排位比较形成四个阶梯层级，根据不同的指标配分权重，不同的梯队的合作伙伴业务获得相应的分数。

梯队划分规则：

1、根据考核指标完成情况排名第一（可并列）的合作伙伴为第一阶梯成员。

2、根据考核指标完成排名最后的（可并列）的合作伙伴为第四阶梯成员。

3、根据考核指标完成情况排名位于第一与第四阶梯中间的合作伙伴，则根据以下方式将其划分为第二、第三阶梯：位于中间位置的合作伙伴数量为N（N>0），当N为奇数时，第二阶梯成员：取位于中间位置的合作伙伴中前(N-1)/2家，为第二阶梯成员；第三阶梯成员：取位于中间位置的合作伙伴中后(N+1)/2家，为第三阶梯成员；当N为偶数时，第二阶梯成员：取位于中间位置的合作伙伴中前N/2家，为第二阶梯成员；第三阶梯成员：取位于中间位置的合作伙伴中后N/2家，为第三阶梯成员。

#### 品牌、合作业务客观项评分规则

1、累计新增收入：

按照不同接入周期采用比高法打分。按照各合作伙伴正式转收费时间划分梯队，提取考核月中各梯队的指标情况，进行比高排名评分。根据在不同周期内最终排名进行比高打分，得出各栏目该指标得分（X）:

|  |  |
| --- | --- |
| 考核指标类/L | X得分 |
| 第一阶梯成员 | 25分 |
| 第二阶梯成员 | 21.25分 |
| 第三阶梯成员 | 17.5分 |
| 第四阶梯成员 | 13.75分 |

分值：本指标总分25分。

2、使用用户数与在订付费用户的比例：

按照指标核算法。当月各家合作伙伴业务使用用户数（不含游客）与在订付费用户（实际付费）的比例进行考核。计算方式：提取考核月合作伙伴使用用户数与在订付费用户的比值（X），具体标准如下：

|  |  |
| --- | --- |
| 合作伙伴使用用户数与在订付费用户的比值 | 得分 |
| X≥50% | 10 |
| 30%≤X<50% | 8.5 |
| 20%≤X<30% | 7 |
| X<20% | 5.5 |

分值：本指标总分10分。

1. 访问活跃度：

按照指标核算法。当月各家合作伙伴访问用户活跃度为（X），活跃度达到15%以上则为满分，少于15%则线性扣分，具体标准如下：

|  |  |
| --- | --- |
| 活跃度 | 得分 |
| X≥15% | 10 |
| 12%≤X<15% | 8.5 |
| 10%≤X<12% | 7 |
| X<10% | 5.5 |

分值：本指标总分10分。

#### G客业务客观项评分规则

1、累计新增收入：

按照不同接入周期采用比高法打分。按照各合作伙伴正式转收费时间划分梯队，提取考核月中各梯队的指标情况，进行比高排名评分。根据在不同周期内最终排名进行比高打分，得出各栏目该指标得分（X）:

|  |  |
| --- | --- |
| 考核指标类/L | X得分 |
| 第一阶梯成员 | 25分 |
| 第二阶梯成员 | 21.25分 |
| 第三阶梯成员 | 17.5分 |
| 第四阶梯成员 | 13.75分 |

分值：本指标总分25分。

2、使用用户数与在订付费用户的比例：

按照指标核算法。当月各家合作伙伴业务使用用户数（不含游客）与在订付费用户（实际付费）的比例进行考核。计算方式：提取考核月合作伙伴使用用户数与在订付费用户的比值（X），具体标准如下：

|  |  |
| --- | --- |
| 合作伙伴使用用户数与在订付费用户的比值 | 得分 |
| X≥50% | 10 |
| 30%≤X<50% | 8.5 |
| 20%≤X<30% | 7 |
| X<20% | 5.5 |

分值：本指标总分10分。

3、访问活跃度：

按照指标核算法。当月各家合作伙伴访问用户活跃度为（X），活跃度达到15%以上则为满分，少于15%则线性扣分，具体标准如下：

|  |  |
| --- | --- |
| 活跃度 | 得分 |
| X≥15% | 10 |
| 12%≤X<15% | 8.5 |
| 10%≤X<12% | 7 |
| X<10% | 5.5 |

分值：本指标总分10分。

1. 节目观看次数均值：

采用比高法。对进入产品端的节目观看次数均值进行考核。按照各合作伙伴正式转收费时间划分梯队，提取考核月中各梯队的指标情况，进行比高排名评分，得出各栏目该指标得分（X）:

|  |  |
| --- | --- |
| 节目观看次数均值 | 得分 |
| 第一阶梯成员 | 10分 |
| 第二阶梯成员 | 8分 |
| 第三阶梯成员 | 7.5分 |
| 第四阶梯成员 | 5.5分 |

分值：本指标总分10分。

1. 节目观看时长均值：

采用比高法。对进入产品端的节目观看时长均值进行考核。按照各合作伙伴正式转收费时间划分梯队，提取考核月中各梯队的指标情况，进行比高排名评分，得出各栏目该指标得分（X）:

|  |  |
| --- | --- |
| 节目观看次数均值 | 得分 |
| 第一阶梯成员 | 10分 |
| 第二阶梯成员 | 8分 |
| 第三阶梯成员 | 7.5分 |
| 第四阶梯成员 | 5.5分 |

分值：本指标总分10分。

#### 品牌、合作业务、G客业务主观项录入

1. 品牌、合作业务主观项：

品牌、合作业务的各项主观项分数通过考核人员手动上传录入到平台中，支持EXCET格式上传，支持对分值范围进行错误校验，各项主观项分值范围如下：

|  |  |
| --- | --- |
| 主观项 | 分值范围 |
| 节目发布量与质量 | 0-10分 |
| 内容版权 | 0-25分 |
| 产品运营建设 | 0-5分 |
| 联合品宣 | 0-10分 |
| 工作配合度 | 0-5分 |
| 加分项 | 0-10分 |

内容版权一项得分需要系统依照上传的原始数据重新排序打分。具体打分依据为：

* 以“强版权内容数量-强&长内容数量”一列为关键字，统计该列非零数据个数a,并从高到低依次排名为b1,b2,b3…，得出对应分数
* 以“强版权内容数量-指标数量”一列为关键字，计算方法如上得出x2
* X=max(x1,x2)
* 强版权内容质量得分为Y，强版权平台覆盖率得分为Z，总得分P=（X+Y+Z）\*0.625

1. G客业务主观项：

品牌、合作业务的各项主观项分数通过考核人员手动上传录入到平台中，支持EXCET格式上传，支持对分值范围进行错误校验，各项主观项分值范围如下：

|  |  |
| --- | --- |
| 主观项 | 分值范围 |
| 节目发布量与质量 | 0-25分 |
| 内容项目合作量和质量 | 0-5分 |
| 工作配合度 | 0-5分 |
| 加分项 | 0-20分 |

### 稽核

每月对不符合标准的合作伙伴业务进行月度运营稽核。稽核指标的阀值设定需在CDMP平台界面上实现人工可调。稽核后的考核指标数据由CDMP提供，按指定excel格式提供下载。

#### 稽核指标

通过稽核规则，对异常用户行为数据进行稽核，异常用户数据不计算入客观项指标数据中。

|  |  |
| --- | --- |
| 稽核参考指标 | 被稽核指标 |
| 人均使用流量 | 使用用户数（不含游客） |
| 人均使用时长 | 使用用户数（不含游客） |
| 使用用户IP集中度 | 使用用户数（不含游客） |
| 访问用户IP集中度 | 访问活跃度 |
| 访问用户中游客占比 | 访问活跃度 |

#### 稽核规则

1. 稽核规则一：对当月该业务下人均使用流量不到阀值的用户号码进行稽核，被稽核号码不纳入到使用用户数指标计算中。人均使用流量阀值可在CDMP平台上进行手动配置。
2. 稽核规则二：对当月该业务下人均使用时长不到阀值的用户号码进行稽核，被稽核号码不纳入到使用用户数指标计算中。人均使用时长阀值可在CDMP平台上进行手动配置。
3. 稽核规则三：对当月该业务下使用用户（不含游客）的IP地址进行判断，若50%-90%的使用用户集中在1-10个IP地址上，则对使用用户数进行10%-90%稽核。各项百分比和IP地址数量可在CDMP平台上进行手动配置。
4. 稽核规则四：对当月该业务下访问用户的IP地址进行判断，若50%-90%的访问用户集中在1-10个IP地址上，则对访问活跃度进行10%-90%稽核。各项百分比和IP地址数量可在CDMP平台上进行手动配置。
5. 稽核规则五：对当月该业务下访问用户中游客的占比进行判断，若50%-100%的访问用户为游客，则对访问活跃度进行10%-90%稽核。各项百分比和IP地址数量可在CDMP平台上进行手动配置。

### 分层分级

遵循合作伙伴业务统一管理的原则，以合作伙伴为单位，综合衡量的合作伙伴的各项业务能力进行分层分级，不同级别的合作伙伴享有不同的权益。以季度为单位对合作伙伴进行层级评定，本季度的层级以上季度各项指标为评定标准，每季度第一个月10日前（含）完成层级评定。

#### 业务层级划定

根据合作伙伴业务综合情况，将业务划定为六个层级：S级、A级、B级、C级、D级、N级。第十四条 各层级按比例进行划分，D级是黑灰名单的合作伙伴，N级是新引入合作伙伴，不参与比例划分，S级、A级、B级、C级各层级所占比例分别为：20%、30%、30%、20%。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 层级 | 定义 | 所占比例 |
| S级 | 优秀合作伙伴 | 20% |
| A级 | 良好合作伙伴 | 30% |
| B级 | 普通合作伙伴 | 30% |
| C级 | 劣质合作伙伴 | 20% |
| D级 | 黑灰名单合作伙伴 | - |
| N级 | 新合作伙伴 | - |

#### 分层分级方式

合作伙伴分层分级采用指标类评分与产品类评分相结合的打分的方式，综合评定业务层级。指标类评分（M1）占总分80%，产品类评分（M2）占总分20%。指标类评分主要分为收入和用户两大类；产品类评分主要为产品运营、内容引入，合作类CP业务考察首发首映内容情况等的合作情况。分层分级最终评定分数M： M = M1 \* 80% + M2 （M1总分为100分）。

各项分数具体评分方式为：

指标类评分（M1）包括累计新增收入及用户规模，累计新增收入占平台分数30% ，用户规模占平台分数70%（其中，访问用户数占20%；访问使用转化率占20%；使用用户活跃度占30%）。产品类评分（M2），合作类垂直业务及合作类品牌业务主要对产品运营、内容引入、专项工作配合情况等进行考察，合作类CP业务主要对产品运营、首发首映内容情况等进行考察。产品类评分采用集体评审法进行评分，通过评审会打分后将评分结果上传至平台。

提取数据源指标：

1、 累计新增收入：

a) 定义：本指标主要是考察合作伙伴在本协议周期内（2017年4月1日至考核季度的最后一天）的累计新增收入。

2、 访问用户数(季累计)：

a) 定义：本指标主要是考察合作伙伴在上季度内累计访问用户数规模。

3、 用户使用/在订平均：

a) 定义：本指标主要是考察合作伙伴产品的使用用户比在订情况。

4、 使用用户活跃度（月均）：

a) 定义：本指标主要是考察合作伙伴产品的使用用户在该业务的活跃度情况。

方法打分：

1、 累计新增收入：

b) 评分方法：采用指标线性评分法。将参与评比的各合作伙伴的累计新增收入从低到高进行排名，根据单个合作伙伴平均分值与排名进行线性打分，得出各合作伙伴该项指标得分（X）： X = 排名 \* （总分值/参评合作伙伴数量）。

c) 分值：本指标占分30分。

2、 访问用户数(季累计)：

b) 评分方法：采用指标线性评分法。将参与评比的各合作伙伴的季累计访问用户数从低到高进行排名，根据单个合作伙伴平均分值与排名进行线性打分，得出各合作伙伴该项指标得分（Y）： Y = 排名 \* （总分值/参评合作伙伴数量）。

c) 分值：本指标占分10分。

3、 用户使用/在订平均：

b) 评分方法：采用指标线性评分法。将参与评比的各合作伙伴的用户使用/在订平均从低到高进行排名，根据单个合作伙伴平均分值与排名进行线性打分，得出各合作伙伴该项指标得分（Z）： Z = 排名 \*（总分值/参评合作伙伴数量）。

c) 分值：本指标占分10分。

4、 使用用户活跃度（月均）：

b) 评分方法：采用指标线性评分法。将参与评比的各合作伙伴的用户活跃度系数从低到高进行排名，根据单个合作伙伴平均分值与排名进行线性打分，得出各合作伙伴该项指标得分（A）： A = 排名 \*（总分值/参评合作伙伴数量）。

c) 分值：本指标占分10分。

4、 版权分：

b) 评分方法：有考核人员通过每月版权考核分，录入，根据单个合作伙伴考核季度中，每月的版权，得出各合作伙伴该项指标得分。

（P）：P = 季度版权总和 \*（总分值/参评合作伙伴数量）。

c) 分值：本指标占分30分。

5、 加分项：

b) 评分方法：考核人员手动输入

（Q）： Q = 排名 \*（总分值/参评合作伙伴数量）。

c) 分值：本指标占分20分。

以上5个总和分进行打分

### 功能架构

#### 功能描述

功能描述：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 功能 | 简述 | 备注 |
| 主观项评分上传 | 由不同的考核人员将各自负责的合作伙伴主观项的评分上传到考核平台上 | 考核人员根据职责权限对各主观项评分进行上传，上传文件支持excel格式，并对上传的各项主观项分值进行错误校验； |
| 客观项数据上传 | 考核人员可将合作伙伴客观项的指标数据上传到考核平台上 | 考核人员上传客观项的指标数据后，由考核平台自动计算出客观项的评分 |
| 考核临时结果表计算 | 考核平台根据客观项分数和主观项分数可计算出合作伙伴考核临时结果表 | 考核平台根据当前的主观项分数和客观项分数计算出合作伙伴考核临时结果表，可供考核人员查询和下载 |
| 审核 | 支持多级审核，由上级领导对最终考核分进行复查和审核 | 对考核临时结果表审核通过后，得到考核最终结果表； |
| 考核最终结果表展现 | 可查询展现历史的合作伙伴考核表 | 可筛选并展现历史合作伙伴业务考核的结果报表 |
| 考核最终结果表导出 | 可导出历史的合作伙伴考核表 | 可筛选并导出历史合作伙伴业务考核的结果报表 |
| 附件上传 | 支持不同格式文档上传 | 涉及主观项评分的文件材料可上传至平台留档，支持word、excel、pdf等格式文档上传。 |
| 维表上传 | 管理员可将合作伙伴的业务维表信息上传到系统中 | 维表录入内容包括：合作伙伴公司名称、转收费时间、业务类型、子业务名称等 |
| 信息修改 | 管理员可修改系统中的合作伙伴的相关信息 | 管理员可修改录入的合作伙伴信息 |

#### 权限说明

本系统功能支持使用角色配置，具备超级管理员（可以开通、授权和修改用户权限）权限。各角色的权限可灵活配置。

### 报表样式和周期

#### 咪咕视讯合作伙伴业务考核表

表格参见附件3，每月生成各个合作伙伴业务上个考核月的最终考核分数，每月月底生成一次，报表结果保留电子文档，可供查询和下载打印。

#### X月合作伙伴考核汇总表

表格参见附件4，每月汇总生成所有合作伙伴业务上个考核月的最终考核分数，每月月底生成一次，报表结果保留电子文档，可供查询和下载打印。

#### X月合作伙伴考核临时汇总表

表格样式同附件4，根据客观项和主观项的得分自动生成所有合作伙伴业务上个考核月的临时考核分数，支持手动更新生成临时汇总表。



### 运行环境

B/S架构。

## 非功能需求

### 性能需求

无

### 压力需求

无

### 安全需求

系统日志，记录所有操作日志。

### 需求实现时间

2017年5月15日

### 附件

附件一：咪咕视讯科技有限公司品牌、合作业务合作伙伴运营考核细则（2017年修订版）

附件二：咪咕视讯科技有限公司G客业务合作伙伴运营考核细则（2017年修订版）

附件三：XX业务\_X月度考核表

附件四：X月合作伙伴考核汇总表