



携手共建移动网络新家园

移动梦网创业计划

服务提供商分册

中国移动通信集团公司

二 000 年十一月

目录

第一章 创业目标	4
第一节 充满商机的移动互联空间	4
一、市场预测.....	4
二、把握市场契机.....	5
(一) 我国移动互联网市场的发展趋势	5
(二) 建设我们的网络新家园	6
第二节 中国移动通信集团的目标	6
一、建立合理高效的商业运营模式.....	6
二、提供强大接入网络平台 and 全面的网络服务.....	7
(一) 不断完善网络及支撑平台	7
(二) 不断改进的全面网络服务	7
三、增强服务意识, 提高合作效率.....	8
第二章 创业模式	9
第一节 总体原则	9
第二节 市场主体	9
一、中国移动通信集团的定位.....	9
二、内容/应用服务提供商 (SP)	10
三、终端厂商.....	10
四、用户.....	10
五、关于 Monternet 移动梦网.....	10
第三节 创业初期合作方式	11
一、基于短信平台的合作方式.....	11
(一) 基本合作原则.....	11
(二) 合作类型	11
(三) 合作内容分类.....	12
(四) 定价原则.....	13
(五) 双方收益 (举例说明附件 (二))	13
(六) 结算办法	14
(七) 竞争机制	15
(八) 法律责任	15
二、基于电路交换型 WAP 平台的合作方式.....	16
(一) 基本合作原则.....	16
(二) 合作类型	16
(三) 合作内容分类.....	17
(四) 定价原则	18

(五) 双方收益 (举例说明见附件 (二))	18
(六) 结算办法	19
(七) 竞争机制	19
(八) 法律责任	20
第三章 创业计划实施办法	21
第一节 组织机构	21
第二节 接入方式	21
一、短信业务	21
二、WAP 业务	21
第三节 合作流程	22
一、合作申请	22
二、申请应答	22
三、测试连接	22
四、开放服务	23
五、签定合作协议	23
六、业务宣传	23
第四节 结算注意事项	24
一、计费点的选取	24
二、结算点	24
三、计费流程	24
四、结算方式	25
五、结算周期	25
六、客户服务原则	25
***** 结束语 *****	26
附件 (一) 网络结构图	27
附件 (二) 双方收益举例	31
附件 (三) 移动互联网业务合作申请受理单位名录	32
附件 (四) 移动互联网业务合作申请表	33
附件 (五) 代码说明	34

第一章 创业目标

“沟通从心开始。”有那么一天，你的家人看到你滑翔在阿尔卑斯山一望无际的雪原上时开心的笑容；你的孩子在异国他乡给又在谈判桌前唇枪舌战的您，发来一张调皮的史努比小狗，并汪汪地叫出两行字“老爸，早点休息”；您满怀信心地将胜利的消息电邮给一直并肩作战的同事。这样温暖的画面已不在遥远，移动互联网把心与心的交融变得如摁键般简单，人类“无论何时何地，都若近在咫尺”通信梦想的实现已近在眼前。

第一节 充满商机的移动互联空间

一、市场预测

随着人类通信需求的进一步提高，移动互联网正日新月异地演绎着移动通信个性化、移动性和互联网无国界、海量信息相结合的魅力。它的出现必将深刻改变人类的生活、工作、休闲方式，成为人类不可或缺的工具，给通信行业带来无限商机。

（一）移动通信和互联网用户均以指数型增长速度不断增加，成为用户群扩大最

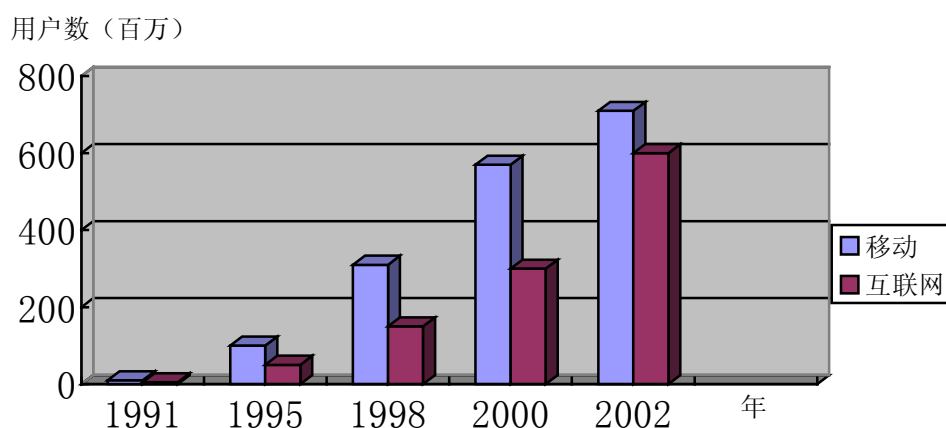


图1：全球移动及互联网市场趋势

快的市场之一（见图 1）。两种通信方式的已经在很大范围内培养起用户的消费习惯，并进一步产生消费依赖。由图可见，移动互联网的已经有了很大的用户基础。

（二）SMS、WAP、GPRS、3G 给移动通信与互联网的融合提供了技术基础。全球通信设备制造商都在积极地进行着移动互联网技术的创新，为移动互联网市场储备着充裕的技术基础。终端厂商也积极参与移动互联网市场，不断改进终端的用户界面，疏通移动互联网消费的瓶颈。

（三）移动性、个人化与无国界、海量信息相结合的本质特点，使移动互联网天然的成为人们通信需求的最终承载网络。这种潜在的巨大的消费需求必将使移动互联网市场成为万众瞩目的焦点。通过手机购物、娱乐、收发 mail、传递图片、获取实时股市信息等，将给人类提供实现“无论何时何地，都若近在咫尺”通信梦想的工具，最终促使并实现移动互联网市场繁荣。

二、把握市场契机

（一）我国移动互联网市场的发展趋势

移动互联网的黎明已经来到我国，市场在摸索中呈现出蓬勃的生长之势（见图 2）。随着数据业务将成为运营商的重要收入来源，移动互联网用户数将大幅增长。五年后，我国手机上网用户数将占手机用户总数的 30%以上。面对如此潜力巨大的市场，跃跃欲试地不仅有国内的业界精英，还有商业嗅觉十分敏锐的国外投资者。

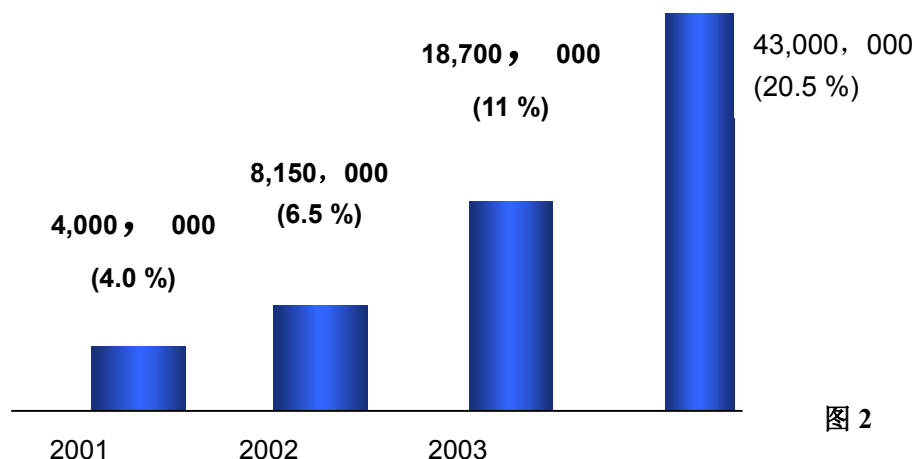


图 2

（二）建设我们的网络新家园

黎明已经来到，道路还未清晰。中国的互联网起步较晚，互联网的商业运作经验还不够丰富，效果还不尽人意。移动互联网市场的启动更需要有先行者去探索，去开拓。在创建中国网络新家园的征程中，需要更多的市场主体，肩负起科技发展、人类文明进步所赋予的历史使命，为行业的发展提供一个有力的推进器、有效的催化剂，让行业的良性循环发展拥有足够的润滑剂，最终使这块充满希望的热土生长出丰硕的果实，让大家在全新的家园各尽所能、各取所需。

第二节 中国移动通信集团的目标

一、 建立合理高效的商业运营模式

纵观互联网的起步、发展，将这种巨大的商机转化成市场的繁荣还需更进一步的摸索。我国现已拥有 1690 万（CNNIC2000 年 7 月统计）互联网用户，然而网络社会所带来的商机还基本上停留在实验、预期甚至猜疑阶段。

其中一个主要原因是：互联网市场缺少一种有效的赢利机制，服务提供商难以寻找到真正的赢利点，从而限制其潜力的充分发挥。只有当市场参与者都能从中受益，整个市场才能进入良性循环，获取繁荣的基础。这就是中国移动通信集团本次“加入移动梦网计划，携手共建移动网络新家园”的出发点和根本目标。

业界的共识是：好的内容和应用是启动市场的关键。因此，中国移动通信集团一直在积极地探索着高效合理的商业模式，以吸引仍在观望的合作伙伴，抓住稍纵即逝的市场机遇。

“奥运快讯”、“全球通爱心卡”两项业务是中国移动通信集团对移动互联网商业运营模式的成功尝试。此模式的核心是建立市场多赢，促进市场良性循环。实践证明这种以多赢为原则的商业模式是可行的。我们将在更广泛的合作中坚持和完善这种原则。

二、提供强大接入网络平台和全面的网络服务

为实现向用户、向社会提供更有价值的服务这个最终目标，中国移动将走出运营商的传统定格，向众多的内容/应用服务提供商提供一个舞台，实现开放、公平的接入，并以客户聚集者的身份架起服务提供商与用户之间的桥梁。现有的 WAP 平台、短消息平台均可向各合作伙伴开放，并将以“一点接入，全网服务”为目标，升级和完善计费系统，争取向合作伙伴提供一个全面服务的网络。我们还将积极关注 GPRS、3G 的商用，努力提供一流的网络平台和网络服务，给各合作伙伴充分施展才能创造更大的空间。

（一）不断完善网络及支撑平台

1、短信平台（接入示意图见附件（一））

目前中国移动通信集团短信平台共有 4 个全国性网关，将于今年年底迅速扩充至全网。中国移动通信集团将从网络连接上增强“一点接入，全网服务”的能力。

2、WAP 平台（接入示意图见附件（一））

中国移动通信集团公司正在积极建设 CMnetIP 骨干网，并将于年底进一步加强 WAP 网关功能。随着 MISC 平台的建成完善，WAP 平台的计费、认证功能将进一步增强，为用户使用和 SP 的业务开发提供强大支撑。

3、MISC 平台（结构图见附件（一））

MISC 是中国移动通信集团为移动梦网业务发展正在建设的强有力的应用开发大平台。年底建成的 6 个节点将不仅提高计费、数据库管理的网络支撑能力，同时还为 SP 的合作提供了便捷、灵活、安全、开放的接口，将大大提高合作效率。

（二）不断改进的全面网络服务

1、以“一点接入，全网服务”为目标

在不断完善网络平台的基础上，中国移动通信集团还将以“一点接入，全网服务”

为目标，向各 SP 提供全面的网络服务。

(1) 全网受理：由 SP 在全国 31 个省（自治区、直辖市）公司根据网络现状和发展市场的需要，自由选择业务受理点。

(2) 一点接入：各 SP 可以通过一点（一个省（自治区、直辖市）公司短信网关或互联网），接入中国移动通信集团的网络平台（短信或 WAP），实现向全网范围内的中国移动通信集团全球通用户提供内容/应用服务。

(3) 一点结算：为使各 SP 方便地获取其全网性业务的收益，中国移动通信集团通过完善自己的计费系统，向 SP 提供一点结算的服务。即只需与一个省（自治区、直辖市）公司进行财务结算，便可获取其全网收益。

2、提供一揽子的网络服务

(1) Cmnet 服务（结构见附件（一））

Cmnet 是中国移动通信集团 IP 骨干网，一期工程即将竣工。在 31 个省会城市建设骨干节点，配置高速路由器，采用 IPoverSDH 技术组网。并将进一步向各 SP 提供一系列网络服务，如主机托管、带宽批发、IDC、虚拟专用网等。

(2) 计费系统将逐步完善

中国移动通信集团将不断地完善和升级自己的计费系统，力争今后向各 SP 提供代计费和代收费的全面服务。

三、增强服务意识，提高合作效率

移动互联网是一项崭新的事业，需要各个市场主体的积极探索、精心培育和紧密配合。中国移动通信集团将在开辟移动互联网的过程中，不断提高网络支撑能力，不断提高企业自身素质。根据不断变化的市场需求，增强自己的服务意识，积极服务于各 SP 和广大用户，提高应用服务开发和推广效率。

第二章 创业模式

第一节 总体原则

- 一、提供开放、公平、透明的运营环境，吸引内容/应用服务提供商（以下简称 SP）的加入；
- 二、明确价值链，激发 SP 开发和提供更多更好的服务；
- 三、引入按劳取酬的收益机制，实现移动运营商、SP 和用户之间的三赢。
- 四、在增加应用和内容的基础上，实现业务使用量和用户数量的增加，反过来刺激更多更好应用的开发和提供，形成移动互联网市场的良性循环。

第二节 市场主体

在移动互联网市场价值链（见图 2）中有内容/应用服务提供商、移动门户提供商、移动通信运营商、终端厂商和最终用户等。



图 2：移动互联网市场价值链及中国移动通信集团的定位

一、中国移动通信集团的定位

在创业计划推行的全过程，中国移动通信集团始终以为 SP 提供平台支撑为主要任务，以方便用户使用 Monternet 为主要目标。

中国移动通信集团的定位是“移动门户 + 移动网络提供商”。

（一）成为优秀的网络提供者：为各类 SP 提供开放的、公平接入的、功能强大的数据网络和宽带网络。

（二）成为连接各 SP 与用户之间的纽带：提供代收费服务，沟通各 SP 与客户之间的联系渠道，保证业务的顺畅进行。

（三）成为优秀的客户聚集者：通过统一的服务品牌和门户建立并维持客户关系，集中业务流量，形成一定的用户规模；

（四）为 SP 提供主机托管和业务支撑平台，力争向各 SP 提供一揽子网络服务。

二、内容/应用服务提供商（SP）

SP 是移动互联网服务内容/应用服务的直接提供者，是创业计划实施过程中的重要市场主体，负责根据用户要求，开发和提供适合手机用户使用的服务。它是决定用户满意度和启动市场的关键一环。

三、终端厂商

终端厂商提供了连接用户与移动互联网服务的物理实体，终端的易用性和性能直接决定了服务内容的开发和用户的使用界面。在移动互联网市场价值链上，终端厂商也成为重要的一环。

四、用户

最终用户是移动互联网业务的最终使用者和业务发展的支持者。作为最终的消费者，用户的满意成为整个移动互联网市场良性循环的关键。只有用户满意并为所使用的服务支付相应的货币，整个市场的多赢才能有基础。

五、关于 Monternet 移动梦网

“Monternet 移动梦网”是中国移动统一的移动互联网业务品牌。作为移动互联网业务的载体，Monternet 将紧紧把握移动、开放的特点，充分发挥客户聚集者的功能，向 SP 提供一个连接用户的桥梁，向用户提供一个易用、科学的使用界面，成为实现人

类“无论何时何地，都若近在咫尺”梦想的网络家园。

第三节 创业初期合作方式

一、基于短信平台的合作方式

（一）基本合作原则

- 1、中国移动通信集团作为短信平台提供商，向各 SP 有偿提供通信通道。
- 2、各 SP 利用中国移动通信集团的短信平台向中国移动通信集团的全球通用户提供各类应用服务。
- 3、中国移动通信集团愿意利用其营业系统，根据 SP 的要求，向 SP 提供有偿的代收服务。（注：中国移动通信集团将不断地完善和升级自己的计费系统，力争今后向各 SP 提供代计费和代收费的全面服务。但在创业初期，中国移动通信集团鼓励各 SP 自行收费，并向有代收费需求的 SP 提供代收费服务。）

（二）合作类型

1、合作基本条件

与中国移动通信集团合作的 SP 应该完全符合中华人民共和国国务院令(第 292 号)《互联网内容/应用服务管理办法》的要求，具备内容/应用服务经营资格、提供服务和售后服务的完善体系，并具有合法、可靠的资讯来源等开展业务的条件。

1、合作类型分类

中国移动通信集团向半紧密型和紧密型合作伙伴均提供代收费服务。

（1）半紧密型

凡愿意开发中国移动通信集团短信市场，向中国移动通信集团申请企业代码和服务

代码，符合合作基本条件的 SP 即可以半紧密型方式与中国移动通信集团在短信服务上展开合作。

中国移动通信集团将对半紧密型合作伙伴提供相关业务开发的咨询和指导。

（2）紧密型

凡愿意开发中国移动短信市场，并与中国移动通信集团专注于共同的市场目标，在中国移动统一短信服务代码下提供内容/应用服务，对行业发展有着深入分析、研究，对规范行业市场秩序承担一定责任，有着良好的市场信誉，具有良好合作历史和业务量达到一定水平的服务提供商，此类 SP 将以紧密型方式展开合作。

与中国移动通信集团进行紧密型合作的服务提供商将在一定程度上享受中国移动通信集团所提供的：短信通道使用费上享有一定的信用额度；新业务开展的优先权；对中国移动通信集团资源的优先使用权。

（三）合作内容分类

1、信息类

基于短信平台上的信息点播服务,如新闻,天气预报等信息。

2、通信类

SP 利用中国移动通信集团的短信平台为用户提供的诸如 E-MAIL 通知、E-MAIL 等通信服务。

3、商务类

移动电子商务服务,包括在线的交易购物支付等应用。

4、娱乐类

包括各种游戏及图片、音乐下载等。

5、特殊服务类

如广告、位置服务等。

（四）定价原则

1、定价依据

- （1）价格与价值相符；
- （2）利于维护健康有序的市场秩序，促进短信业务市场的可持续发展。

2、价格结构：由通信费和信息服务费两部分组成。

- （1）通信费：由于占用中国移动通信集团通信网络资源而引起的费用。
- （2）信息服务费：是使用 SP 提供的内容/应用服务而产生的费用。

3、信息服务费定价原则

（1）应用服务价格由提供该服务的 SP 自定，但为保证市场的健康有序发展，必须满足以下三点要求：

①各 SP 不得以低于成本价（包括支付给中国移动通信集团的通信费，通信费的最低限为 0.05 元/条）的价格，通过中国移动通信集团的短信平台向用户提供服务（特殊服务除外）。

②在创业初期，中国移动通信集团建议享受其代收费服务的 SP 信息服务费采用价格上限（暂定 2 元）。

③对于采用包月制付费的应用服务，同样遵循价格下限标准（即成本价），按包月制付费的应用服务价格，中国移动通信集团建议价格上限为 30 元/月。

- （2）用户通过手机发送短信的价格参照现行标准（0.1 元/条）。

（五）双方收益（举例说明附件（二））

1、收益原则

中国移动通信集团与各 SP 之间的利益分配坚持按劳取酬的原则，以双赢和可持续发展为目标。

2、双方收益

- （1）通信费

中国移动通信集团完全享有由于用户或各 SP 使用通信通道引起的通信费。

(2) 信息服务费

SP 完全享有用户为由该 SP 提供的内容/应用服务所支付的信息服务费。

(3) 代收劳务费

中国移动通信集团的员工用其计费、营业系统向有代收费需求的 SP 提供代收服务，各 SP 应向中国移动通信集团支付一定的代收劳务费（具体比例见本办法第（六）条）。

3、特殊服务的双方收益另行商定。

（六）结算办法

1、结算点设置

结算点设置在业务受理点，SP 与相应的业务受理点的省（自治区、直辖市）公司进行结算。

2、结算办法

(1) 通信费的支付办法为：用户通过上行发送短信点播应用服务，由用户按照现行价格（0.1 元/条）向中国移动通信集团支付通信费；不均衡的下行短信由提供该应用服务的 SP 向中国移动通信集团支付相应的通信费(最低不低于 0.05 元/条)。

(2) 各 SP 可根据自身业务发展需要选择以下两种结算办法：预缴扣费和按月结算；采用预缴方式进行结算的 SP，将享受一定程度的通信费的信用额度（具体比例由相应协议约定）。

(3) 各 SP 可以选择以下两种方式向中国移动通信集团支付代收劳务费：

a)中国移动通信集团向 SP 支付应收信息服务费，SP 以应收信息服务费的 15% 向中国移动支付代收劳务费。

b)中国移动通信集团向 SP 支付实收信息服务费，SP 以应收信息服务费的 9%向中国移动通信集团支付代收劳务费。

（七）竞争机制

1、确立竞争机制的目标

保证市场充分有序的竞争，维护中国移动通信集团、各 SP 及用户的利益。

2、内容

（1）从保护消费者的角度出发，每项服务应有多家 SP 来提供。

（2）保证充分有序竞争后，对大部分业务根据服务质量、业务量大小和业内人士的综合评议采用末位淘汰制建立起合理的退出机制。

（3）中国移动通信集团对各 SP 提供的服务进行不定期（至少每年两次）评议，并通过末位淘汰制和择优升级的办法，促进紧密型和半紧密型合作伙伴不断提高服务质量。

（4）中国移动通信集团按各 SP 提供的应用服务质量、种类、资信水平向有紧密型合作的 SP 分配服务代码。

（八）法律责任

1、各 SP 对其所提供的服务和内容承担相关的法律责任。

2、双方本着诚实、信用的原则，对双方的各类专有信息（包括但不限于商业机密）负保密责任。

2、各 SP 在提供服务之前需与用户签定服务协议，由于该协议引起的用户争议由各 SP 承担相应的法律责任。

4、各 SP 在提供服务前，应根据业务范围与中国移动通信集团相应机构签定合作协议，明确双方的责、权、利。

二、基于电路交换型 WAP 平台的合作方式

（一）基本合作原则

1、各 SP 通过中国移动通信集团的 WAP 平台向中国移动通信集团的全球通用户提供各类内容/应用服务。

2、中国移动通信集团愿意利用其营业系统，根据各 SP 的要求，向各 SP 提供有偿的代收费服务。（注：中国移动通信集团将不断地完善和升级自己的计费系统，力争今后向各 SP 提供代计费和代收费的全面服务。但在创业初期，中国移动通信集团鼓励各 SP 自行收费，并向有代收费需求的 SP 提供代收费服务。）

（二）合作类型

1、合作基本条件

与中国移动通信集团合作的 SP 应该完全符合中华人民共和国国务院令(第 292 号)《互联网内容/应用服务管理办法》的要求，具备内容/应用服务经营资格、提供服务和售后服务的完善体系、并具有合法、可靠的资讯来源等开展业务的条件。

2、合作类型分类

（1）松散型

凡愿意开发中国移动通信集团 WAP 市场，并通过中国移动通信集团的 WAP 接入服务器向中国移动通信集团的用户提供 WAP 内容/应用服务、符合合作基本条件的 SP 均可以松散型方式与中国移动通信集团在 WAP 服务上展开合作。

中国移动通信集团将对松散型合作伙伴提供相关业务开发的咨询和指导。

（2）紧密型

中国移动通信集团会选出部分：与中国移动通信集团专注于共同的市场目标；对行业发展有着深入分析、研究，并对规范行业市场秩序承担一定责任；有着良好的市场信

誉度；具有良好合作历史和业务量达到一定水平的内容/应用服务提供商，中国移动通信集团将与其以紧密型的合作方式展开合作。

两种合作方式在以下方面存在区别：

	松散型	紧密型
直接代收费	☆	★
在门户中提供应用	☆	★
应用开发交流	☆	★
专业开发指导	☆	★
联合市场调研	☆	★
中国移动定制开发的业务	☆	★
新技术联合研制	☆	★
共同业务宣传	☆	★

图例： ★表示是 ☆表示否

（三）合作内容分类

1、信息类

基于 WAP 平台上的信息浏览类业务，如新闻、天气预报等信息。

2、通信类

SP 利用中国移动通信集团的 WAP 平台为中国移动通信集团的用户提供的诸如收发 E-MAIL 等通信服务。

3、商务类

移动电子商务服务，包括在线的交易、购物等应用。

4、娱乐

如在线交互式游戏，图片、铃声下载，网上聊天室等。

5、特殊服务类

如广告、位置信息服务等。

（四）定价原则

1、定价依据

- （1）价格与价值相符；
- （2）利于维护健康有序的市场秩序，促进 WAP 业务市场的可持续发展。

2、价格结构：由通信费和信息服务费两部分组成。

（1）通信费：由于占用中国移动通信集团网络资源引起的费用，现阶段为 0.15 元/分钟，不再另收移动电话基本通话费，不区分漫游与非漫游。时长小于 1 分钟的 WAP 不收通话费。每月使用量在 200—500 分钟内统一为 30 元，超出 500 分钟部分，仍按 0.15 元/分钟计费。

- （2）信息服务费：使用 SP 提供的内容/应用服务而产生的费用。

3、信息服务费定价原则

内容/应用服务价格由提供服务的各 SP 自定，但为保证市场的健康有序发展，必须满足以下三点要求：

①鉴于目前 WAP 计费系统的实际情况，建议各 SP 对由中国移动通信集团提供代收费的信息服务费采用包月制定价。

- ②中国移动通信集团建议享受其代收费服务的 SP 采用价格上限（10 元/月）。

（五）双方收益（举例说明见附件（二））

1、收益原则

中国移动通信集团与 SP 各自的收益坚持按劳取酬的原则，以双赢和可持续发展为目标。

2、双方收益

(1) 通信费

中国移动通信集团完全享有由于用户缴纳的通信费。

(2) 信息服务费

SP 完全享有用户为该 SP 提供的内容/应用服务所支付的费用。

(3) 代收劳务费

①中国移动通信集团的员工用其计费、营业系统向有代收费需求的 SP 提供代收服务，各 SP 应向中国移动通信集团支付一定的代收劳务费（具体比例见本办法第六条）。

②在业务开办初期，中国移动通信集团将根据市场需要，免收代收手续费。

3、特殊服务的双方收益另行商定。

(六) 结算办法

1、结算点

结算点设置在业务受理点，SP 与相应的业务受理点的省（自治区、直辖市）公司进行结算。

2、结算办法

各 SP 可以选择以下两种方式向中国移动通信集团支付代收劳务费：

a)中国移动通信集团向 SP 支付应收信息服务费，SP 以应收信息服务费的 15% 向中国移动通信集团支付代收劳务费。

b)中国移动通信集团向 SP 支付实收信息服务费，SP 以应收信息服务费的 9%向中国移动通信集团支付代收劳务费。

(七) 竞争机制

1、确立竞争机制的目标

保证市场充分有序的竞争，维护中国移动通信集团、各 SP 及用户的利益。

2、内容

(1) 从保护消费者的角度出发，每项服务应有多家 SP 来提供。

(2) 保证充分有序竞争后，对大部分业务根据服务质量、业务量大小和业内人士的综合评议采用末位淘汰制建立起合理的退出机制。

(3) 中国移动通信集团对合作伙伴进行不定期（至少每年两次）评议，并通过末位淘汰制和择优升级的办法，促进紧密型和松散型合作伙伴不断提高服务质量。

（八）法律责任

1、各 SP 对其所提供的服务和内容承担相关的法律责任。

2、双方本着诚实、信用的原则，对双方的各类专有信息（包括但不限于商业秘密）负保密责任。

2、各 SP 在提供服务之前需与用户签定服务协议，由于该协议引起的用户争议由各 SP 承担相应的法律责任。

4、各 SP 在提供服务前，应根据业务范围与中国移动通信集团相应机构签定合作协议，明确双方的责、权、利。

第三章 创业计划实施办法

为使本创业计划具有强的可操作性，为各合作伙伴提供一个清晰的合作界面、顺畅的合作渠道、透明的运营环境，中国移动通信集团特制定以下具体实施办法。

第一节 组织机构

一、为推动移动互联网市场的健康发展，在合作初期，由中国移动通信集团和各 SP 共同组织协调和规范市场秩序。

二、由中国移动通信集团的省（自治区、直辖市）公司是作为受理机构，直接受理各 SP 提出的业务合作申请，负责对 SP 的合作申请给予应答、研究讨论业务策划案、分配代码、连接调测、签定合作协议等。

第二节 接入方式

一、短信业务

各 S P 可根据自己需要和接入地网络现状，采用专线接入中国移动通信集团短信中心，或以互联网方式通过网关与短信中心相连。创业初期，全国性业务可在北京、天津、广东、江西四个地方通过全国性的网关实现“一点接入、全网服务”。

二、W A P 业务

以互联网方式或专线方式接入中国移动通信集团 W A P 门户（wap.monternet.com）。

第三节 合作流程

一、合作申请

各合作伙伴可以通过以下两种渠道提出合作申请：

- 1、与相关受理机构的联系人联系，具体联系方式见附件（三）。
- 2、在移动梦网（www.monternet.com）相关网页下载业务合作申请表格（见附件（四）），按要求填写完毕后，传真给相关的受理机构。

二、申请应答

1、受理机构应在 10 个工作日内，根据各 SP 提供的资料作出初步应答，并给首次申请合作的 SP 分配“企业代码”。

2、安排具体的合作进程计划。

- （1）受理机构与 SP 讨论和研究该 SP 提供的业务策划案。
 - （2）给 SP 申请的具体业务分配“业务代码”。
 - （3）在短信平台上，根据 S P 提供的业务质量、种类等，给已有紧密型合作的 SP 分配“服务代码”。
 - （4）进行网络测试及业务测试。
 - （5）签定合作协议。
 - （6）开放服务。
- （注：三类代码的设置和分配原则、方法见附件（五））

三、测试连接

获得企业代码和业务代码后，即可进入调测连接过程，中国移动通信集团将根据测试强度收取一定的费用（具体收费标准由相关协议约定）。调测分为两部分：

1、网络调测

对中国移动通信集团的 WAP 和短信业务平台与 SP 之间的通信链路调测。包括更换设备、增加服务、变更地址等所需的网络调测。

2、业务测试：

对所申请业务在数据交换、认证、计费等方面的有效性、及时性和稳定性，及业务本身的交互性、实时性、安全性等的测试。

四、开放服务

在测试成功后，中国移动通信集团的相关各级公司通知通过测试的 SP，其所申请的业务可以向中国移动通信集团的用户开放。

五、签定合作协议

中国移动通信集团受理机构将在正式向用户开放服务前与 SP 签定合作协议，明确双方的责、权、利，双方的具体合作事项及相关法律责任均以所签定的协议为准。

六、业务宣传

1、与中国移动通信集团进行合作的各 SP 与中国移动通信集团有共同宣传 Monternet 服务的义务。

2、各 SP 可使用中国移动通信集团统一的业务品牌“Monternet 移动梦网”进行自身的应用业务宣传，亦可单独对其公司业务品牌进行宣传。

1、中国移动通信集团可在进行品牌宣传时，同时使用“Monternet 移动梦网”和各 SP 的品牌。

第四节 结算注意事项

一、计费点的选取

- 1、短信业务计费点的选取视业务接入方式而定：
 - （1）通过短信网关接入短信中心的，计费信息以短信网关为准。
 - （2）以专线接入短信中心的，计费信息以短信中心为准。
- 2、创业初期，W A P业务的计费点设在 IP 网认证计费平台。

二、结算点

结算点设置在业务受理省（自治区、直辖市）公司。

三、计费流程

- 1、全国性业务：
 - （1）各计费点在第一月的 25 日后的 5 个工作日内，将第一月原始记录提交给中国移动通信集团公司（以下简称 CMCC）；
 - （2）CMCC 在第一月的 25 日后的 10 个工作日内将原始记录提交给 SP；
 - （3）SP 在第一月 25 日后的 15 个工作日内向 CMCC 提供第一月代收费的详细帐单（帐单格式由 CMCC 统一规定）。
- 2、省内业务：
 - （1）各省（自治区、直辖市）公司在第一月的 25 日后的 5 个工作日内，将第一月原始记录提交给 SP；
 - （2）SP 在第一月 25 日后的 10 个工作日内向各省（自治区、直辖市）公司提供该月代收费的详细帐单（帐单格式符合中国移动通信集团统一要求）。

四、结算方式

各 SP 根据需选择以下两种代收劳务费结算方式：

1、中国移动通信集团向 SP 支付应收信息服务费，SP 以应收信息服务费的 15% 向中国移动通信集团支付代收劳务费。

2、中国移动通信集团向 SP 支付实收信息服务费，SP 以应收信息服务费的 9% 向中国移动通信支付代收劳务费。

五、结算周期

结算周期依 SP 所选的代收劳务费结算方式而定。

1、第一种方式：结算点在第二月的 25 日与各 SP 结清第一月的款额。

2、第二种方式：结算点在第三个月的 25 日与各 SP 结清第一月款额。

六、客户服务原则

SP 与中国移动通信集团应该紧密配合、齐心协力，共同为用户提供有价值服务。

1、本着用户自愿的原则，各 SP 在向用户提供服务时，必须事先与用户签定服务协议，并保证用户在接受其所提供的各项服务之前，充分知悉该服务的价格、内容及提供的方式等。

2、中国移动通信集团的 1860 客户服务中心接受用户对各类应用服务或内容的咨询、费用查询、申告和投诉，并及时将有关问题转送给提供该应用服务的 SP。

3、各 SP 设专门的业务查询、申告和投诉受理渠道和机构，并向中国移动通信集团提供具体的联络方式，负责处理由中国移动通信集团 1860 转送的有关用户咨询、申告、投诉。

4、各 SP 负责处理用户对服务内容、方式、资费等咨询、申告和投诉。

5、在创业初期，中国移动通信集团不提供服务费的代计费服务，由于服务费收费问题引起的询问、详细帐单查询、申告、投诉等，均由各 SP 受理。

***** 结束语 *****

负载着各界的期盼，凝聚着集体的智慧，《移动梦网创业计划》终于成稿。移动互联网是一项崭新的事业，由于在中国缺乏先行者的引导，在开辟移动互联网这块希望的田野时，我们缺乏现成的经验和实践的历练，欠缺绝对科学的市场预测，因此本计划的内容亦难免有稚嫩之处，势必要经历实践的修正和考验。其中所提的具体办法将根据实践和市场的需要进行调整和完善。

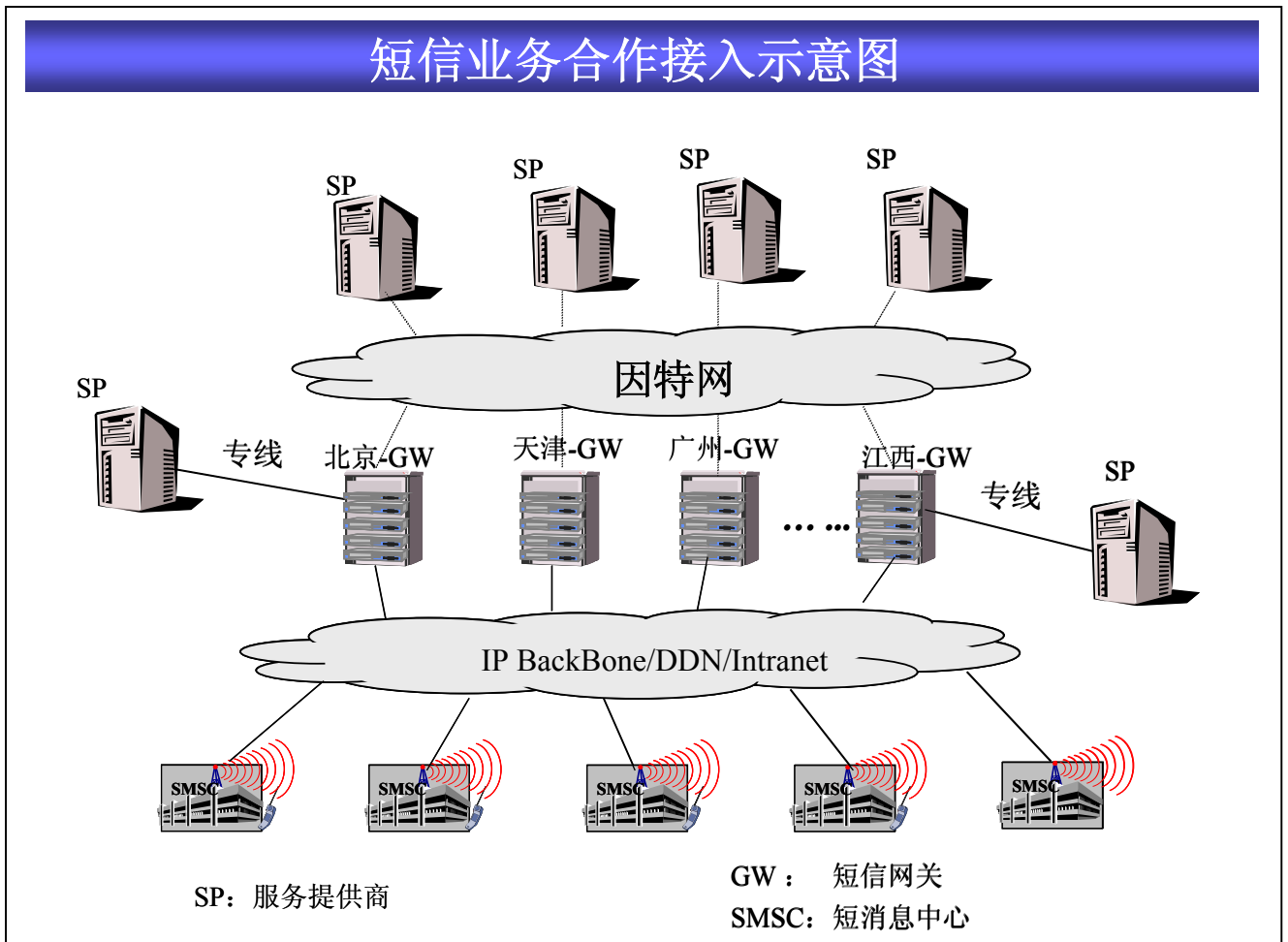
但它毕竟是我们对移动互联网市场的一次积极开拓和探索，在中国移动通信集团互联网发展史上具有里程碑的意义。愿它能成为引玉之砖，激发广大合作伙伴的创新灵感，矢志不渝地以“促进良性循环，实现市场多赢”为目标，精诚合作。

“我们的家园，我们建”，移动互联网是一项崭新的事业，一项机遇与挑战并存的事业。让我们一起耕耘、一起收获，携起手来走向移动互联网灿烂的明天。

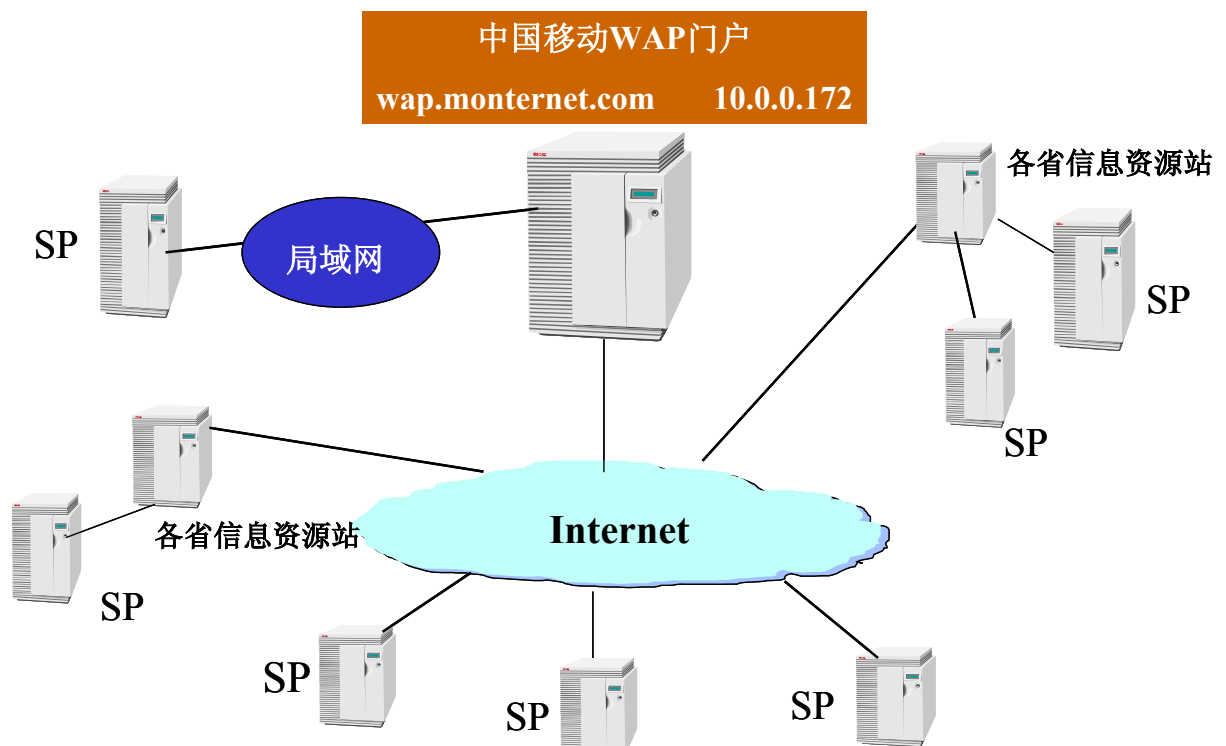
注：

- 1、 本计划书的解释权归中国移动通信集团公司。
- 2、 本计划书自 2000 年 12 月 1 日起执行。
- 3、 本计划书仅为向各 SP 进行业务合作时明确商业模式、合作渠道和合作流程之用，中国移动通信集团不对本计划书的内容承担任何法律责任。具体的合作事项、合作细节及法律责任在中国移动通信集团与 SP 签定的合作协议（或服务合同）中明确。

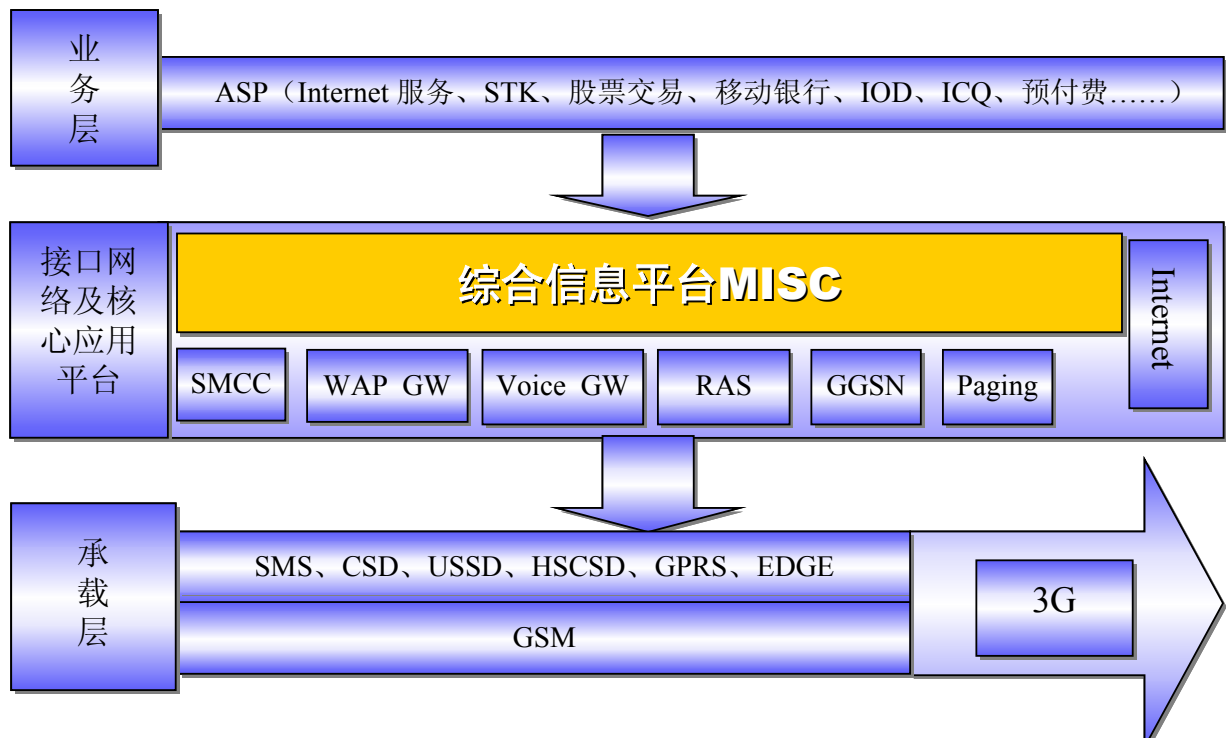
附件（一）网络结构图

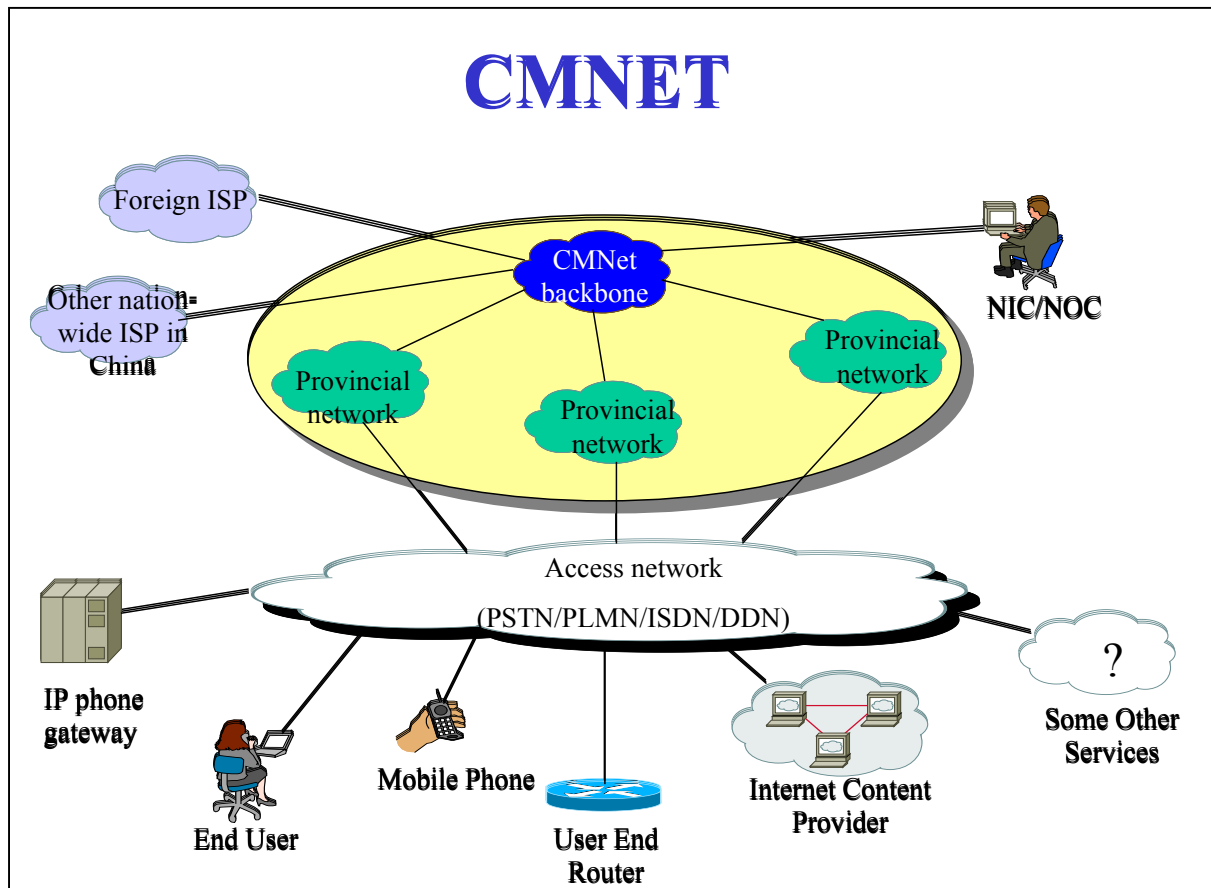


基于电路交换型WAP业务合作接入示意图



移动信息业务系统层次图





附件（二）双方收益举例

一、 短信业务

以用户点播天气预报为例：用户上行发送一次业务请求，SP 下行发送本周天气预报信息（共 7 条），假设该服务的信息服务费为 X 元，SP 通信费的收费标准为 0.05 元，则双方收益分别为：

（一） 中国移动通信集团：通信费+代收劳务费（假定采用第一种结算方式）

1、 通信费： $0.1（用户支付）+0.05 \times (7-1) [SP 支付]=0.4$ 元

2、 代收劳务费： $X \times 15\%$

（二） 提供服务的 SP 收益： $X-0.05 \times (7-1) - X \times 15\%$

二、 WAP 业务

以用户下载图片为例，假设该服务的信息服务费采用包月制为 X 元/月，该用户为获取该服务上网时间为 10 分钟，则双方收益如下：

（一） 中国移动通信集团的收益：通信费+代收劳务费（假定采用第一种结算方式）

1、 通信费： $10 \times 0.15（现行通信费标准）=1.5$ 元

2、 代收劳务费： $X \times 0.15$

（二） 提供服务的 SP 收益： $X- X \times 0.15$

附件（三）移动互联网业务合作申请受理单位名录

省份	负责部门	负责人	联系电话	手机
北京	市场经营部	王小霞	(010) 65546699-6516	
天津	市场部	姜正洲	(022) 27810607	13902106661
河北	市场经营部	郭新	(0311) 6673544	13803130044
山西	市场经营部	武文军	(0351)4088365	13700508636
内蒙	市场经营部	康映		13804718835
辽宁	市场经营部	叶盛华	(024) 22850447	13904000015
吉林	市场经营部	张红岩	0431 5639295	13904309995
黑龙江	市场经营部	武久飞		13904500013
上海	市场经营部	张洁	(021)33054668-2768	13916540201
江苏	规划技术部	汪依冰	025 6668172	13905189979
浙江	数据通信公司	高鹏	0571 9008888-1021	13505710059
安徽	市场经营部	何大伟	0551 2681523	13905519998
福建	数据部	陈励励	(0591) 3374112	13705938687
江西	数据通信部	胡德生	0791 6591278	13907914166
山东	市场经营部	徐玉清	(0531) 6052393	13505310073
河南	市场经营部	杨继学	0371 5938995 5958894	
湖北	数据业务中心	涂重斌	(027) 83550071	13707100185
湖南	市场经营部（新业务开发中心）	李中华	(0731) 5229131	13907319910
广东	产品开发中心	李强	020 87624761	13922233376
海南	市场经营部	蔡绍保	0898 6721394	13907680757
广西	市场经营部	杨驰	(0771) 5513690	
重庆	信息中心	杨楠		13808304077
四川	市场经营部	夏泳	028 6157003	13808187008
贵州	市场经营部	曹小冀	0851 5808065	13608519517
云南	企业合作部	刘波	0871 3305408	13908710058
陕西	计算机信息中心	甘文泉		13909206838
甘肃	市场经营部	宋炜蓉	(0931) 9137823	13809310006
青海	市场经营部	石玉占	(0971) 8218292	137097590
宁夏	市场经营部	李刚	(0951) 6035686	13909590096
新疆	市场经营部	姜新龙	(0991) 4533633	13909920666
西藏	市场部	仓决	(0891) 6331392	13908995665

附件（四）移动互联网业务合作申请表

受理单位：

移动互联网业务合作申请表

业务受理流水号：



企业代码：

公司名称	中文					
	英文					
公司地址						
通信地址					邮政编码	
开户银行					银行帐号	
申请服务代码	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否				希望开通时间	
网络方式	<input type="checkbox"/> 1.短信（SMS） <input type="checkbox"/> 2.WAP					
业务覆盖范围	<input type="checkbox"/> 1.全网业务 <input type="checkbox"/> 2.地方业务（请说明）：					
提供服务类型	<input type="checkbox"/> 1.内容/应用服务 <input type="checkbox"/> 2.电子商务 <input type="checkbox"/> 3.金融 <input type="checkbox"/> 4.位置服务 <input type="checkbox"/> 5.娱乐 <input type="checkbox"/> 6.其它应用（请说明）					
接入地点					业务数量	
接入方式	<input type="checkbox"/> 1.Internet <input type="checkbox"/> 2.专线					
收费及结算方式	<input type="checkbox"/> 不代收费	代收费	<input type="checkbox"/> 按月以帐单结算			
			<input type="checkbox"/> 分批付款			
			<input type="checkbox"/> 其它方式（请说明）：			
联系人	姓名		电话		传真	
	职务				E-MAIL	
	通信地址				邮政编码	
网络技术负责人	姓名		电话		传真	
	职务				E-MAIL	
主机位置						
域名						
附件	1. 信息产业部电信增值业务经营许可证；2、相关业务经营许可文件 3、提供业务具体内容 4、业务策划案					

受理人：

授权委托人签字（单位盖章）_____

附件 (五) 代码说明

1、企业代码

企业代码作为网络上企业地址和身份的标识、地址翻译、计费、结算等均以公司代码为依据。企业代码以数字表示，共 5 位，从 90000 至 99999，企业代码按照业务许可的顺序依次分配。

2、服务代码

服务代码是在使用短信方式的点播类业务中，提供给用户点播的内容/应用服务提供商代码。服务代码以字符和数字表示。其中，全网类业务的服务代码长度为 3-5 位，为 $X_1X_2X_3X_4X_5$ ($X=1\dots9$)。本地业务的服务代码长度为 4-6 位，为 $0X_1X_2X_3X_4X_5$ ($X=1\dots9$)。本地业务和全网业务的服务代码所对应的公司代码可不一致。

3、业务代码

业务代码表示业务类别，由内容/应用服务提供商自己制定，长度最大为 10 个字节。在短消息类业务中，业务代码写在短消息体中，以冒号“:”结束，后面跟用户操作代码。

上述代码的分配和使用情况均可以在www.monternet.com 上查询。

举例：某公司提供全网服务，企业代码为 91000，服务代码为 1234，业务代码有 1、LYZN（旅游指南）、2YSH（饮食）、3LSH（铃声下载），则当用户发送编号为 100 的铃声给用户 1360134ABCD 时，在消息体内输入 LSH: 100 1360134ABCD，发送号码为 1234，则将 91000 公司编号 100 的铃声发送给用户 1360134ABCD。