

移动梦网
SP 合作管理办法
彩信业务分册

中国移动通信集团公司

二 三年三月

目 录

第一章 概述.....	3
第二章 业务介绍.....	3
第一节 业务定义.....	3
第二节 基本网络结构.....	4
第三节 用户使用流程.....	4
第三章 合作准入资格.....	6
第一节 基本资格.....	6
第二节 彩信 SP 准入资格.....	7
第四章 业务管理流程.....	7
第一节 新业务接入流程.....	7
第二节 业务新增/变更流程.....	9
第三节 业务暂停、退出及恢复流程.....	10
第五章 业务管理要求.....	10
第一节 内容的信息安全.....	10
第二节 业务的点播和定制.....	11
第三节 业务内容提供.....	11
第四节 群发和彩信广告.....	11
第五节 业务运营支撑.....	12
第六节 代码管理要求.....	13
第七节 网络维护要求.....	15
第六章 商务模式与计费结算.....	17
第一节 商务合作模式.....	17
第二节 收益分配.....	18
第三节 资费要求.....	18
第四节 计费原则.....	19
第五节 结算原则.....	19
第七章 客户服务.....	20
第一节 原则与分工.....	20
第二节 客户服务要求.....	21
第八章 营销管理.....	22
第二节 宣传要素.....	22
第三节 整合营销.....	22
第九章 考核管理.....	23
第一节 竞争机制.....	23
第二节 综合考核办法.....	23
第十章 奖惩办法.....	27
第十一章 SP 投诉流程.....	27

第一章 概述

移动梦网彩信业务，秉承《移动梦网创业计划》的精神，按照公平、公开、公正的态度与内容供应商、服务开发商、应用提供商等进行合作，共同向用户提供移动梦网彩信服务。

- 一、为了保证高质量的梦网彩信业务，有效地管理移动梦网彩信业务，特制定本合作管理办法。
- 二、本办法是《移动梦网 SP 合作管理办法总则》针对彩信业务的细化和补充，将在《总则》的原则指导下，就与 SP 合作彩信业务进行说明和规范。如与此前彩信相关管理办法或规定有冲突，以本办法为准。
- 三、本办法适用于所有与中国移动合作，接入中国移动彩信网络平台，为用户提供梦网彩信业务的全网 SP。梦网彩信业务本地 SP 的合作管理办法在条件具备后另行补充。
- 四、本合作管理办法包括概述、业务介绍、准入资格、SP 业务管理流程、业务管理要求、商务模式与计费结算、客户服务、营销管理、考核机制、奖惩与竞争淘汰等部分。
- 五、本办法的所有权、最终解释权、修订权归中国移动。
- 六、本办法自公布之日起正式生效。

第二章 业务介绍

第一节 业务定义

一、彩信业务定义

彩信是中国移动通信为多媒体信息服务所取的业务名称。多媒体信息服务的英文名是 MMS，它是 Multimedia Messaging Service 的缩写，通常又称为多媒体短信。它最大的特色就是支持多媒体功能，能够传递功能全面的内容和信息，这些信息包括文字、图像、声音、数据等各种多媒体格式。彩信业务以 WAP 无

线应用协议为载体，通过中国移动通信的 GSM、GPRS 数据网络，传送包括文字、图像、声音、数据等各种多媒体格式的信息。彩信业务的业务种类主要包括手机与手机互发、手机与邮箱互发和梦网彩信应用等。

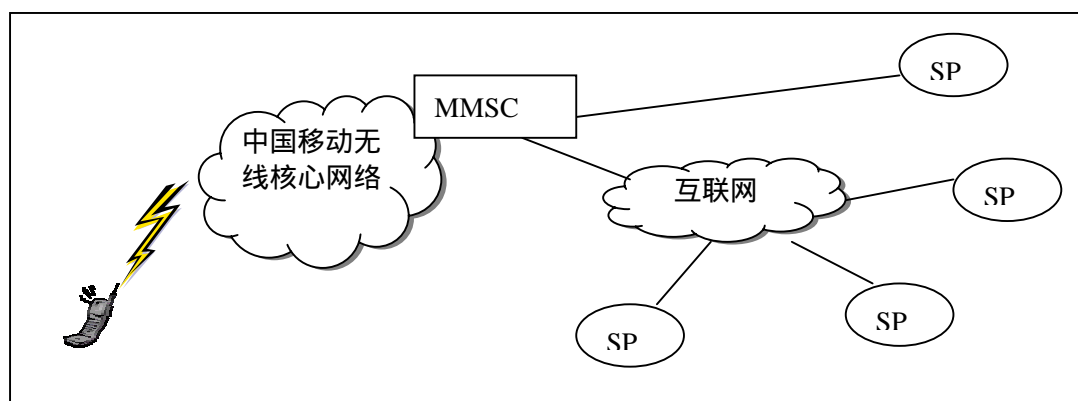
二、梦网彩信业务定义

按照移动梦网的商务模式，中国移动提供彩信网络平台，各 SP 提供应用内容，向移动用户提供全新的多媒体移动增值服务。梦网彩信的业务内容包括个人相册、信息服务、娱乐服务、游戏服务、商务服务、位置服务等等。

梦网彩信业务根据使用用户的范围可以分为全网彩信业务和本地彩信业务。

第二节 基本网络结构

彩信业务可以通过 GPRS 或 CSD 网络为通道，以 WAP 协议为承载，并通过多媒体信息中心（MMSC）实现对彩信业务的存储转发、计费等功能。目前，全国在北京、武汉、上海、广州各有一套 MMSC，为全国服务，SP 可以通过专线或互联网的方式接入 MMSC，由 MMSC 实现对梦网彩信业务的接入和计费。目标方式下，全国有多套 MMSC，仅实现对彩信的存储转发和基础通信费的计费，对梦网彩信业务，SP 的管理和计费控制由数据业务管理平台（DSMP）来实现。



第三节 用户使用流程

一、终端 - 终端业务流程

手机终端在彩信中心 MMSC 中，具备三种状态：彩信手机、非彩信手机、

未知手机。

（一）彩信手机发送给彩信手机

用户发送彩信时，输入对方的手机号码，发送即可。接收方用户在正常状态下就可以直接接收到此彩信。

但如果接收方手机关机、不在服务区、正在通话等情况在 10 分钟之内无法接收此彩信，则系统会将此彩信转到接收方的梦网邮箱，同时系统内保留。一旦接收方彩信手机具备接收条件，在 48 小时之内还是会从手机上接收到此彩信。但在 48 小时后，手机如果还没有接收，系统会删除此彩信，用户只能登录梦网邮箱，通过邮件到达通知发送的 URL 地址和用户名、密码，提取此彩信。

（二）彩信手机发送给非彩信手机

发送彩信给一般的手机用户，由于接收方手机不支持彩信，所以系统会自动把此条彩信转发至接收方用户的梦网邮箱并给接收方用户发送短信通知。接收方用户登录梦网邮箱后就可以收到此条彩信了。

（三）彩信手机发送给未知手机

在系统对接收方用户手机状态未知时，业务流程与接收方时彩信手机的情况相同。即不管接受方是彩信手机还是一般手机，系统会把此彩信尝试下发。

1. 如果接收方是真实的彩信手机，并且状态正常就可以直接接收到此彩信。系统中接收方手机的状态将由“未知手机”修改为“彩信手机”；
2. 如果接收方是真实的非彩信手机，或真实的彩信手机但处于非正常状态，在 10 分钟之内无法接收此彩信，则系统会将此彩信转到接收方的梦网邮箱，同时系统内保留，48 小时后系统删除此彩信。只要接收方手机没有成功提取过该彩信，则系统中接收方手机的状态不变，仍然是“未知手机”。

因此，为了保证用户在更换彩信手机后能够正常接收彩信，建议用户先发送一条彩信或先接收一条手机终端发来的彩信来激活。

二、终端 - 邮箱业务流程

彩信业务支持手机终端与邮件系统的互通。

（一）彩信手机发送给邮箱

彩信手机可以把彩信发送至任意一个邮箱地址，发送时在接收方直接输入对

方的邮箱地址，然后发送即可。

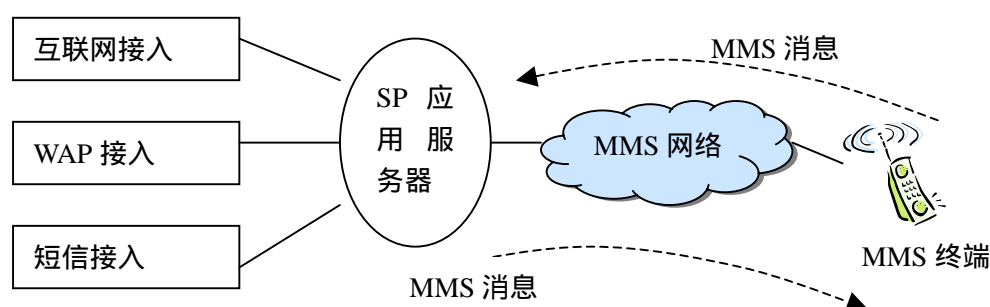
（二）梦网邮箱发送给彩信手机

1. 目前只有梦网邮箱具备通过邮箱发送彩信的功能。
2. 用户可以通过梦网邮箱，通过选择相应的图片、输入文字等简单彩信编辑，从邮箱发彩信到手机上，接收方输入对方的手机号，把彩信作为邮件附件，选择发送即可。
3. 如果接收方用户是非彩信手机，则系统会拒绝梦网邮箱用户发送的这条彩信，并通过短信通知给该梦网邮箱用户。

三、终端 - 应用业务流程

终端 - 应用业务流程，实际上就是梦网彩信业务的业务流程

1. 用户可以以登陆 www 网站、发送短信、登陆 WAP 或直接发送彩信等方式点播或定制使用彩信应用服务。
2. 用户可以给自己，也可以给别人点播或定制梦网彩信应用。点播或定制方用户可以是任何签约用户，不需要一定是彩信用户，但接受方必须是彩信用户。
3. 如果系统判断接受方是非彩信用户，则系统会拒绝发送此条彩信，并发送短信通知给点播或定制方用户。



第三章 合作准入资格

第一节 基本资格

开展彩信业务的 SP，应满足《总则》所要求的基本准入资格，包括：具备内容及应用服务经营资格（企业营业执照）、电信与信息服务业务经营许可

资格（ICP 证），提供完善的客户服务及售后服务体系，拥有合法、可靠的资讯来源（第三方咨询使用许可证明）等开展业务的条件。

第二节 彩信 SP 准入资格

申请接入彩信业务的全网 SP 应具备以下条件：

1. 公司规模与实力：具有一定规模，保证必要的内容开发、维护、客服等所需的环境和人员条件（其中，注册资本金必须不低于 100 万元人民币）。
2. 技术实力：在无线数据业务、信息服务方面有着成熟的技术开发能力，对 MMSC 针对 SP 的 MM7 接口规范已经深入了解并进行了相关的开发准备。
3. 应用内容与产品：应用服务内容具备实用、有效或者独特性，客户群特征鲜明，面向不同用户群提供不同的业务。
4. 营销和市场推广：对产品进行充分的市场分析和前景预测，制定较为完备、系统的推广计划，具备一定的推广资源和推广能力。
5. 运行支撑条件：较为稳定的网络环境和完善的客服体系。
6. 合作唯一性：在梦网彩信业务的合作上，合作必须具有排他性，即已经与其他网络运营商进行 WAP、彩 e 业务合作的 SP 不具备准入资格。
7. 合作信誉：在短信等其他移动梦网业务的合作过程中，有违规行为并产生不良影响的 SP，中国移动可以不予合作。

第四章 业务管理流程

第一节 新业务接入流程

一、全网 SP 新业务接入的流程如下：

（一）递交申请：SP 应就本次申请的业务于每月 5 日前向业务受理部门（目前为中国移动通信集团公司数据部）提交相应的申请资料，包括申请资格证明、《移动梦网彩信业务合作申请表》、商业计划书等。

1. 申请资格证明包括：企业营业执照（复印件）、电信与信息服务业务经营许可

证（复印件）、银行开户证明等。

2. 《移动梦网彩信业务合作申请表》可在移动梦网的网站 www.monternet.com 下载。（见附件一）

3. 商业计划书应包括市场预测、收益分析、合作方式、产品组织、营销渠道、推广策划等内容。

（二）初步评估：业务受理部门在受理到 SP 递交的申请资料后，对 SP 的申请资格、业务申请表、业务内容（内容的合法性、积极健康向上、受欢迎程度等）、商业计划书等项目进行评估，决定是否接受申请，并在 5 个工作日内给予 SP 答复。

（三）实验室测试：

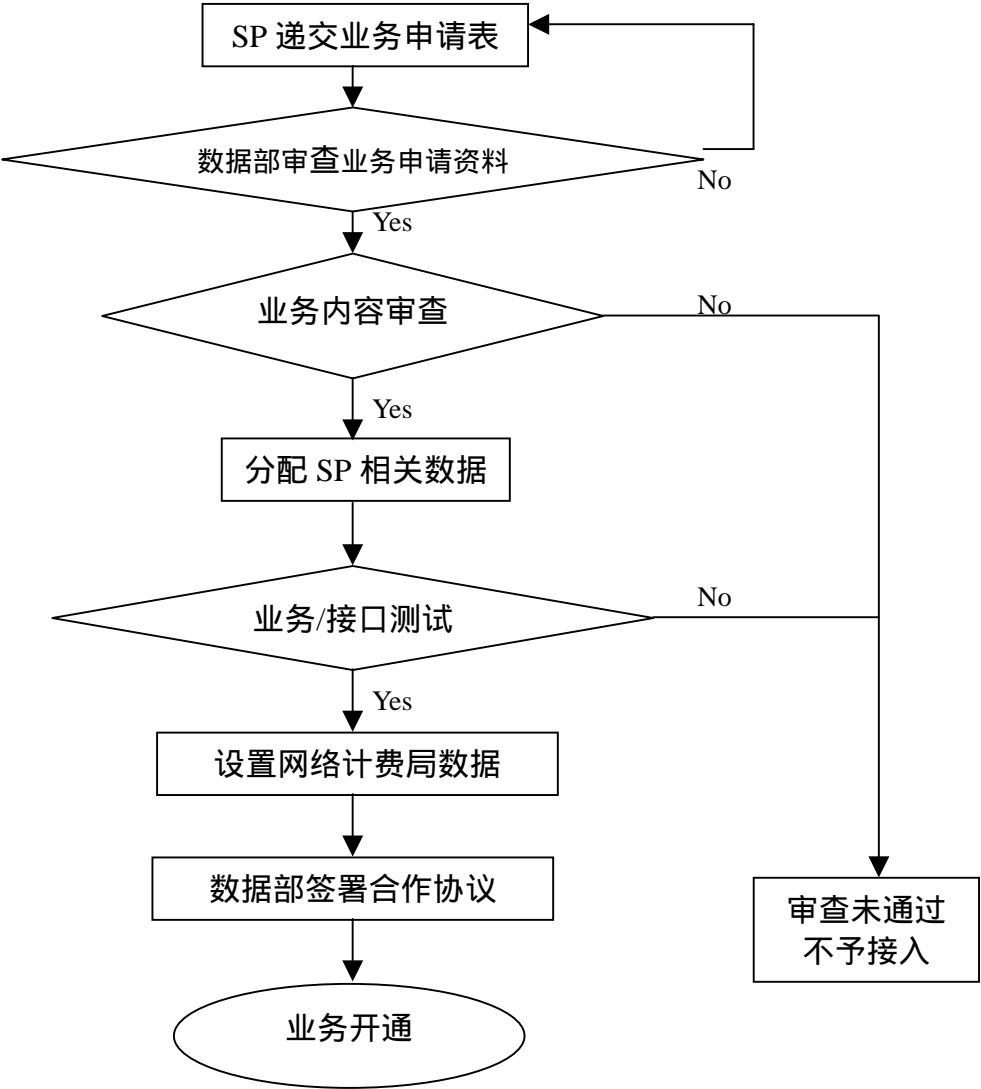
1. 测试提交：集团公司数据部在 1 个工作日内为通过初步评估的 SP 分配 SP 企业代码、服务代码、业务代码等测试数据，并提交接口应用测试实验室。
2. 测试准备：每个 SP 必须提前做好测试准备工作。为了避免 SP 盲目申请，保证业务受理和接入测试的成功率，因 SP 主观原因准备不足（如无网站内容等），经移动公司和实验室尽力配合，在一个工作日内没有完成测试的，退回 SP 业务申请，不再继续下一流程，并在三个月内不再予以受理。
3. 进行测试：SP 在实验环境中与 MMSC 进行接口和应用的测试，测试要按照中国移动彩信系统 SP 接口（MM7）规范和接口应用测试规范（见附件二）来完成。各个测试可根据实际情况同期进行，并在 15 个工作日内全部完成。
4. 提交测试报告：接口应用测试实验室对 SP 测试完成后，提交接口应用测试报告，报告模板见附件三。

（四）现网测试和局数据配置：根据实验室提交的测试报告，测试通过的 SP 业务，集团公司数据部向网络部、计费业务中心提交现网测试的业务数据，并由网络部、计费业务中心在 5 个工作日内完成网络、计费的局数据设置（如果接入省初次提供全网 SP 服务，计费中心可增加 10 个工作日做系统联调）和现网测试。

（五）业务开通：现网测试通过后，根据测试结果由集团公司数据部决定该业务

是否正式商用，确定业务的商用时间，向网络部、计费业务中心明确数据生效时间，并负责与 SP 签署合作协议明确双方的权利义务。

三、全网 SP 业务接入流程图：



第二节 业务新增/变更流程

全网 SP 业务新增/变更的流程如下：

1. SP 在每月 5 日前向数据部提交业务新增/变更申请。新增/变更业务申请见附件四。
2. 集团公司数据部在 5 个工作日内做出答复，如同意新增/变更则分配相应的业务测试数据，提交研发中心。
3. 研发中心在实验室环境组织业务测试，通过后提交业务测试报告。

4. 数据部根据报告正式批准业务新增/变更，并提请网络部、计费业务中心进行正式的数据变更。
5. 从新的计费周期开始新增/变更业务。

第三节 业务暂停、退出及恢复流程

1. 主动暂停或退出：由 SP 主动提出暂停或退出业务的，应根据情况，提前 15 个工作日提交相关的申请。
2. 考核暂停或退出：按照考核机制考核不合格的，并且在一个月内有改进的，要求 SP 暂停业务，连续两个季度考核不合格的，要求其退出。
3. 强制暂停或退出：SP 出现违规行为，并且在一个星期内有整改的，将立即要求暂停业务。暂停业务一个月后仍然没有整改的，要求其退出。
4. 业务暂停或退出后，应保证对客户id提供延续性服务。在三个月内保留客户资料、客户订购信息等。
5. 业务恢复：
 - (1) 已经暂停业务的，在半年内改进、整改情况良好的，可以重新开通业务。
 - (2) 已经退出业务的，在一年后才能重新申请业务接入。

第五章 业务管理要求

第一节 内容的信息安全

1. 遵守国家有关法律、行政法规和管理规章，严格执行信息安全保密规定。
2. 不得利用彩信平台从事危害国家安全、泄露国家机密等违法犯罪活动，及制作、查阅、复制和传播违反宪法和法律、妨碍社会治安破坏国家统一、破坏民族团结、色情、暴力等信息、发布侵犯国家、社会、集体的利益和公民合法权益的信息。
3. 遵守国家有关知识产权的规定，不侵害他人的知识产权。

4. 建立有效的信息安全保密管理制度，非法词汇过滤机制和技术保障措施，尤其加强对彩信图片、动画、声音的过滤和监控，并接受梦网管理部门的监督和检查。

第二节 业务的点播和定制

1. 所有彩信应用服务，必须经用户许可，由用户自愿点播和定制的服务，才能向用户提供。
2. 业务点播和定制的界面，在用户认可之前，必须清晰明确业务的类型、内容、资费、发送时间、帮助、客服等信息。
3. 业务点播和定制的界面，在用户认可之前，必须明确用户在使用这项业务时可能碰到的问题及相应的解决办法。
4. 业务点播和定制的界面，在用户认可之前，必须明确这项业务适用的彩信手机类型。
5. 必须提供方便的撤消订阅的手段。
6. 彩信发送的请求提交后，页面必须明确是否成功提交至彩信网络，并根据 MMSC 反馈的状态报告，向用户提示。

第三节 业务内容提供

1. 保证实际开放业务类型、发送时间、内容或资费与业务规范的一致性；
2. 确保新闻、股票等业务内容的时效性和准确性；有奖竞猜、积分类业务内容的公平性；商务打折、优惠券等业务内容的真实性。
3. 不允许提供色情、暴力等非法内容。
4. 不允许提供侵犯他人知识产权的内容。

第四节 群发和彩信广告

一、用户群发

1. 无论是 SP 提供的内容还是用户自编辑的彩信内容，用户每次群发彩信的条数上限为 2 条，每天群发彩信的条数上限为 100 条。

2. 禁止向用户提供该类群发彩信的软件以供下载。

二、广告群发

1. 禁止 SP 擅自群发广告。
2. SP 要进行群发广告，必须提前 10 个工作日报中国移动审批，报批的内容包括群发起止时间、群发目的、群发范围、群发内容。

三、大批量业务测试

SP 在进行大批量业务测试前，需要事前报告集团公司数据部、网络部批准（包括测试开始时间，持续时间，测试量等），集团公司统一协调各 SP 进行测试的时间。

第五节 业务运营支撑

1. 保留用户在三个月内的订购、使用、取消业务的数据纪录。
2. 包月类业务要求：
 - （1）无论用户定制的时间长短，都从用户定制之日起进行全月业务的管理。
 - （2）SP 可选择首月定制时免费向用户提供，但免费时限不得超过一个月。
3. 向用户提供常用的统一业务指令
 - （3）取消业务指令：在短信的信息体内输入 CX0000 发送到 SP 的服务代码；在彩信的文本信息体内输入 0000 发送到 SP 的服务代码。
 - （4）业务推荐指令：发送“CX 用户手机号”到 SP 服务代码。
 - （5）客服信息指令：发送“SP 服务代码”到 SP 服务代码。
4. 为便于随时测试彩信服务的网络连通性，SP 提供统一的彩信测试指令：在彩信的文本信息体内输入 CMCCTEST 发送到 SP 的服务代码，SP 在接收到指令后返回任意一条彩信，并在文本信息中显示接入地、时间等信息。
5. 网络维护分工：彩信系统与 SP 的维护分工界面是移动公司 MMSC 与 SP 的接口。上述接口可能是专线，也可能是 internet。接口内侧设备由移动公司维护部门负责维护，接口外侧设备由 SP 负责维护。对于专线 SP，接口线缆及其连通性由专线申调方负责维护，对方予以配合。

第六节 代码管理要求

彩信业务涉及到的代码包括企业代码、服务代码、业务代码、以及用户的操作指令码。

这些代码的格式均按照 MMSC 与 SP 的 MM7 接口规范进行定义。SP 若需要修改自身局数据时，需要提前向集团公司数据部、网络部申请，由网络部协调进行数据的修改工作。

一、企业代码

1. 网络中公司地址和身份的标识、地址翻译、计费、结算等均以企业代码为依据。
2. 企业代码的数据需要在 MMSC 和 BOSS 系统中进行配置。
3. 企业代码以数字表示，共 6 位，从“8XY000”至“8XY999”，其中“XY”表示 SP 接入地。当 XY 为“00”时，表明 SP 从中央级的集中平台接入；SP 从某地方平台接入时，“XY”为接入地移动分公司代码。目前彩信 SP 接入按照接入地分配企业代码，具体对应表见附件五。
4. 彩信全网业务的 SP 企业代码为 8XY001 - 8XY999。（目前短信全网业务的企业代码为 900001 - 900500，WAP 全网业务的企业代码为 900501 - 900999）

二、服务代码

1. 服务代码是用户使用彩信的发送、上传等上行类业务时，需要输入的发送号码；或 SP 在根据用户的点播请求在向用户发送、下载等下行类业务时，用户终端中显示的发送方的号码。
2. 服务代码的数据需要在 MMSC 上进行配置。服务代码以数字表示。服务代码用数字表示。
3. 全国业务的服务代码长度统一为 4 位，即“1000” - “9999”；本地业务服务代码长度统一为 5 位，即“01000” - “09999”。

（1）以下号码或号段暂不分配：

13XX（XX=00-99）、20XX（XX=01-99）、168X（X=0-9）、186X（X=0-9）、1258/1259、172X（X=0-9）、58XX、6XXX。

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

(3) 如果 SP 已经开展了短信等业务，原则上彩信的服务代码依照 SP 原有的服务代码进行分配，以保证用户的使用习惯。

4. 目前全网业务的服务代码，由集团公司统一分配。

三、业务代码

1. 业务代码表示业务类别，并且区分不同业务的信息服务费。
2. 业务代码的数据需要在 MMSC 和 BOSS 系统中进行配置。业务代码用数字表示，位数不超过 3 位。
3. 业务代码由 SP 自己制定，为便于进行业务统计和分析，业务代码尽量按照不同的业务类型或不同的业务计费方式进行分类。

四、操作指令码

1. 操作指令码是指用户通过短信来点播、定制彩信业务时，在短信的信息体内输入的代码，或用户上行发送彩信时，在彩信的主题或文本信息中输入的代码。
2. 操作指令码用于标识对彩信的处理方式。
3. 在短信中输入的操作指令码应严格区分用户是点播、定制短信业务还是彩信业务。如果用户通过短信点播或定制彩信业务，操作指令码应以 CX 开头。
如：用户在短信或彩信文本信息体内输入“CX XW”发送至 8888，就是定制新浪提供的彩信图片新闻业务。
4. 操作指令码由 SP 自行定义。

五、长号码管理

(注：彩信网络系统 MMSC 目前暂不支持长号码，将在下一阶段实现)

1. 长号码是指用户在发送彩信至 SP 的应用服务时，在接受方号码处输入的超过原来的 4 位或 5 位服务代码的长号码。
2. 长号码的功能有两个：(1) 用于 MMSC 对终端至应用的上行 SP 业务进行信息费计费；(2) 用于 SP 对用户上行发送来的彩信进行操作处理。
3. 长号码全部用数字表示，位数不作限制，但可能受到某些终端的限制。
4. 长号码由三部分组成：
(1) SP 服务代码，用于标识彩信的路由，以及进行信息费计费。全网 SP 服务代码为 4 位，本地 SP 服务代码为 5 位并以“0”开头，编码规则同 5.6.2

中的说明。

- (2) 业务代码，主要用于 MMSC 对 SP 的业务进行信息费计费。业务代码用数字表示，位数固定为 3 位，由 SP 制定。但在上行长号码中，业务代码可以为空，默认的是一种固定的业务和固定的资费。
- (3) 指令码，用于标识对用户上行的彩信或其他该 SP 的业务进行某一个操作。指令码的长度不限定，其中“00”、“11”...“99”保留用于统一标识一些常用操作，由中国移动制定；其余指令码由 SP 制定。指令码可以为空，且在业务代码为空时指令码必须为空，为空时默认的是一种固定的操作。请注意，该指令码与用户在短信或彩信文本信息体内输入的文本指令码在功能上是相同的，但由于用户输入的地点不同，相应的编码规则也不同，该指令码由数字组成，而用户在文本信息体内输入的文本指令码由字符组成。

4. 长号码中，MMSC 只对服务代码、业务代码（前 7 位或 8 位）进行处理，并且把业务代码为空的默认成一种固定的业务的资费，其后的指令码由 SP 自行处理。

如例一：用户发送一张相片至 TOM 的相册，TOM 希望对用户收取上行信息费 1 元，不对该相片进行任何操作，则可以要求用户把照片直接发送至 8001，其中 8001 是 TOM 的服务代码，后为空由 TOM 定义成固定业务就是“上传至用户的相册”，对应固定的资费就是 1 元，固定操作就是“上传相片但不进行任何其他操作”；

如例二：用户发送一张相片至 TOM 的个人相册，并希望加上一个红色像框，TOM 希望对用户收取上行信息费 1.5 元，则可以要求用户把相片发送至 800101501，其中 8001 是 TOM 的服务代码，第 5、6、7 位的“015”表示“相片加像框”这个业务，并且对应固定的资费为 1.5 元，第 8、9 位的“01”表示“加红色像框”这个操作。

第七节 网络维护要求

一、维护分工

1. 彩信系统与 SP 的维护分工界面是移动公司 MMSC 与 SP 的接口。
2. 上述接口可能是专线，也可能是 Internet。
3. 接口内侧设备由移动公司维护部门负责维护，接口外侧设备由 SP 负责维护。
对于专线 SP，接口线缆及其连通性由专线申调方负责维护，对方予以配合。

二、维护指责划分

1. 移动公司进行重大局数据修改、网络调整或进行软件修改等，涉及与 SP 有关时，应事先书面通知 SP，需要时 SP 应予以配合，并将完成情况书面反馈移动公司（具体格式见附件 1）。
2. SP 进行重大数据修改或网络调整，影响业务或需移动公司配合时，应事先书面通知集团公司（具体格式见附件 2），得到集团公司书面许可后才能进行修改或调整，原则上调整必须要求其避开用户使用业务的高峰时间段，建议安排在凌晨零点-早 5 点间，集团公司应通报各省公司。
3. 移动公司和 SP 双方都有责任对提供的业务进行定期测试，保证其可用性；发现问题及时与对方联系处理。
4. 在发生故障及有用户申告时，移动公司与 SP 应首先检查自己所维护的设备，以确保自维设备无故障，同时应协助对方做好排障的配合和处理结果的反馈工作。
5. 移动公司和 SP 应设网络或技术方面的固定联系人，在日常维护中，SP 发生故障时，应及时通报集团公司，集团公司应通报各省公司。
6. 双方应确保自身的网络和业务安全，不给对方的系统和业务造成危害。
7. SP 应积极配合移动公司进行各类测试和调查工作。

三、维护指标要求

1. A0 成功率

【指标名称】A0 成功率

【指标定义】 $A0 \text{ 成功率} = \frac{\text{MM7_SUBMIT_RES 消息返回状态为成功的条数}}{\text{MM7_SUBMIT_REQ 消息条数}} \times 100\%$

（SP 向 MMSC 提交彩信，然后 MMSC 回应 SP 正确代码，算作成功；数据源：MMSC 上的 mmsc_relay.trace.*）

【指标粒度】业务

【指标获取方式】 MMSC 上的网管统计

【指标标准】 >98%

【指标测试周期】 1 次 / 月（任一时间段）

2. AT 成功率

【指标名称】 AT 成功率

【指标定义】 AT 成功率 = MM7_DELIVER_RES 消息返回状态为成功的条数 / MM7_DELIVER_REQ 消息条数

（MMSC 向 SP 发送 MM 消息，SP 返回成功应答，算作成功；数据源：MMSC 上的 mmsc_relay.log）

【指标粒度】 业务

【指标获取方式】 MMSC 上的网管统计

【指标标准】 >98%

【指标测试周期】 1 次 / 月（任一时间段）

2、网络时延

【指标名称】 网络时延

【指标定义】 网络时延 = 从 MMSC 开始 ping SP 的服务器所得到的平均环回时延

【指标粒度】 SP，每 SP 测试 100 次，测试包大小为 10KB，测试平均分布在测试时段；

【指标获取方式】通过 PING 测试获得

【指标标准】 <500 毫秒

【指标测试周期】 1 次 / 月（任一时间段）

第六章 商务模式与计费结算

第一节 商务合作模式

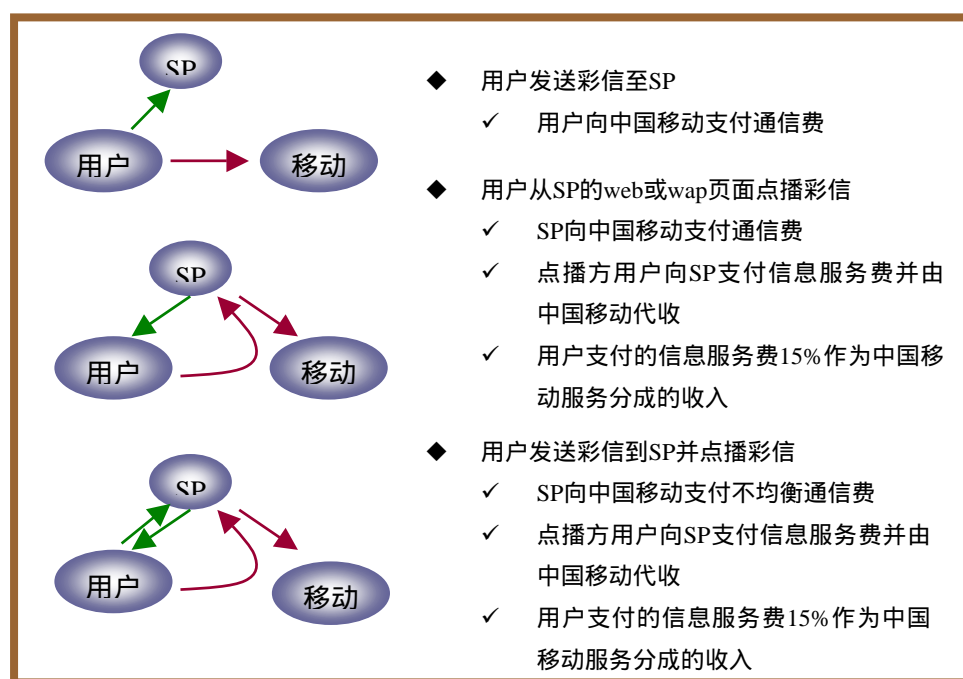
“移动梦网”是中国移动联合广大 SP 向移动客户提供的移动数据应用服务的统一品牌。“移动梦网”通过为各 SP 提供“公平、开放、多赢”的商业运营环

境，向移动客户创造全新的移动互联网空间。

参照《移动梦网创业计划》的模式，梦网彩信业务的商务合作模式是：中国移动提供梦网彩信的网络通道，并对信息服务费进行代计费、代收费，各 SP 提供彩信的应用内容。

第二节 收益分配

1. 彩信的资费结构：基础通信费+信息服务费。基础通信费是用户或 SP 使用中国移动彩信网络而支付的费用；信息服务费是用户使用 SP 应用内容而支付的费用。
2. 基础通信费由彩信的网络发起方向中国移动支付；信息服务费由服务的点播或定制方向 SP 支付。中国移动代 SP 向用户收取信息服务费，并获得 15% 的信息服务费收入分成。
3. 中国移动-SP-用户的关系流程图如下：



第三节 资费要求

1. 基础通信费由中国移动制定。SP 不均衡下行彩信的基础通信费标准可以根据用户的基础通信费（0.9 元/条）进行批发。

2. 目前批发标准为用户基础通信费的 50%，即 0.45 元/条。业务促销期，SP 不均衡下行彩信基础通信费标准为 0.3 元/条。
3. 业务开展初期，为鼓励先进入的 SP 和业务发展优秀的 SP，不均衡下行通信费暂时按照以下标准执行：

不均衡下行彩信发送条数(条/月)	资费标准(元/条)	结算费用计算方法(元/月) 其中，X=不均衡下行彩信发送条数(条/月)
1.5 万条以下	0.3 元/条	$X * 0.3$
1.5 万 - 30 万	0.25 元/条	$1.5 \text{ 万} * 0.3 + (X - 1.5 \text{ 万}) * 0.25$
30 万以上	0.2 元/条	$1.5 \text{ 万} * 0.3 + (30 \text{ 万} - 1.5 \text{ 万}) * 0.25 + (X - 30 \text{ 万}) * 0.2$

由于彩信业务处于发展初期，该标准将根据实际的业务发展情况进行调整修订。

4. 信息服务费由 SP 制定。业务开展初期建议计次类业务信息服务费的上限为 4 元/条，包月类业务和定制类按条计费的业务信息服务费的上限为 40 元。

第四节 计费原则

1. MMSC 根据 SP 下行发送的彩信产生计费纪录。包月业务的计费纪录，在 SP 的包月业务下发第一条彩信时，由 MMSC 产生。
2. 计费记录产生的前提是用户成功接收。
3. 信息的点播、定制方用户支付信息服务费，接收方用户不收费。
4. SP 在下发的彩信消息中，在 HTTP Header 的“from”字段中填写“计费用户号码”。
 - (1) 用户发起：用户点播的按条下发的彩信和定制的包月下发的彩信，“计费用户号码”都填写点播、定制方用户的手机号码。
 - (2) SP 发起：业务推广彩信以及彩信广告等情况下发的彩信，“计费用户号码”填写 SP 的企业代码。
5. 包月业务和计次业务的彩信下行发送，必须以用户真实定制或点播为发起。
6. 信息服务费计费周期为每月 1 日至当月月末。

第五节 结算原则

- 一、 结算依据：以中国移动所提供的梦网彩信信息费话单为结算依据。如双方

在计费记录上存在的误差超过 5%，SP 可以要求对帐。在对帐结果和误差原因达成一致的基础上，出错一方可根据责任大小对另一方进行补偿。

二、结算周期：中国移动按月与 SP 进行结算。

三、结算标准：

结算费用 = 应收信息费 × 85% - SP 应付不均衡通信费

SP 不均衡通讯费全部归接入地省公司所有，信息服务费的 15%（信息费收入）归计费用户归属省公司所有，信息服务费的 85% 归 SP 所有。

三、结算点：全网 SP 业务结算点为各业务接入省公司。

四、结算流程

1. 集团公司计费业务中心在计费周期结束后，于次月 10 日之前，把产生的信息费清算单和不均衡通信费清算单提交集团公司财务部，同时下发各省市移动分公司。
2. 各个移动分公司在收到信息费清算单后，按照应收信息费的 85%，在次月 20 日之前把账款划至集团公司财务部。
3. 集团公司财务部在次月 25 日之前把各省上交的结算帐款划至接入地移动分公司。
4. 接入地移动分公司在接收到集团公司财务部的信息费款后，核算 SP 应支付的不均衡通信费，在次月月底之前按照结算原则支付给全网 SP。
5. 如发生退费、罚款、补差等情况，与 SP 结算的费用将按照“先结算、后补差”的原则进行，补差在下一个结算月进行。

第七章 客户服务

第一节 原则与分工

1. 中国移动通信负责处理由于通信网络问题所引起的客户咨询、申告和投诉。
2. 各 SP 负责处理客户对其所提供的应用服务或内容的咨询、费用查询、申告和投诉，并必须对中国移动转交的客户投诉予以及时处理和应答。
3. 双方有责任紧密配合，共同解决客户投诉中出现的连带问题，确立首任责任制，并且由最先受理的一方负责跟踪投诉的解决情况，另一方应给予协助解

决。

4. 对于受理的咨询投诉，属于彩信手机终端的问题，无论是移动还是 SP，都应尽量帮助用户解决，在无法解决的情况下，建议用户向手机终端厂家或销售商咨询投诉解决。
5. 双方可以定期进行咨询、投诉、处理情况的交流，以保证进一步良好服务的开展。

第二节 客户服务要求

1. 各 SP 应设专门的客户服务机构，必须同时具备以下客户服务热线：
 - （1）客户服务电话：应设有 7×24 小时服务热线电话，包括固定直线电话和移动电话，移动电话不允许关机和呼转。最好有 800 被叫付费电话。
 - （2）客户服务联系人及手机：要求 24 小时开机，不允许呼转。
2. SP 应对客户服务渠道通过多种形式进行清晰明确的宣传，宣传渠道包括但不限于网页、宣传册、平面及电视广告等形式。
3. 客户服务质量要求：
 - （1）客户服务响应速度：必须在 2 小时内给客户予以答复，并在 48 小时内解决客户投诉，保证客户满意。
 - （2）客户服务电话接通率不低于 80%。
4. 客服内容：SP 应向用户提供业务咨询、资费查询、适用彩信手机查询、订购业务查询等以及对业务服务质量的各类投诉，但信息费计费的详单查询以移动提供的详单查询为主。
5. 客服资料管理
 - （1）客服资料应包括客服电话、客服邮件、客服联系人及联系方式等内容。
 - （2）各 SP 应在业务申请时、业务正式推广或业务更改前 15 个工作日，提交相关的客服资料。
 - （3）各 SP 在搬迁、人员变动等原因，导致客服资料变化的，应提前 15 个工作日提交更新的客服资料，但客服联系人的联系电话在合作期间不允许变更。

第八章 营销管理

第一节 营销推广总体原则

1. SP 必须符合国家广告发布的有关法律法规的要求，保证其业务宣传营销的真实性和全面性。
2. SP 负责自己所提供业务的市场策划，媒体宣传及信息发布等
3. SP 应根据目标市场的不同特点，开展多样性和创新性的宣传。
4. SP 在宣传移动梦网彩信业务的同时，必须同时宣传“移动梦网”品牌。
5. 中国移动将不定期针对 SP 提供的业务进行整合营销，SP 有责任配合有关移动梦网彩信业务整合营销的所有活动。

第二节 宣传要素

1. SP 与中国移动合作进行营销推广时，宣传资料由中国移动和 SP 具体协商。
2. SP 自行进行营销推广时，自主宣传资料必须包括以下宣传要素：
 - （1）业务信息：包括业务内容、业务价格、发送频次、使用方法、适用彩信手机、取消方式等。
 - （2）用户提示信息：业务和用户开通范围、业务使用过程中可能遇到的问题、相关客服信息。
 - （3）总体品牌：必须在手册、折页、平面、媒体等各种宣传渠道中同时宣传“移动梦网”品牌，使用移动梦网字样或“移动梦网”标识。标识的使用必须符合中国移动规定（不得随意改变颜色、形状）。
 - （4）经中国移动批准或委托要求时，可以使用“中国移动通信”企业标识和客服电话。
 - （5）SP 自主宣传的内容，引起的法律纠纷，与中国移动无关，法律责任由 SP 自行承担。

第三节 整合营销

2. 为促进彩信业务的发展，中国移动会有选择地与优秀 SP 或新增 SP 进行整合

- 营销，并提供包括自身宣传营销渠道及其他的营销推广资源。
3. 视整合营销成本的高低，与参与整合营销的 SP 在协商一致的基础上解决营销费用问题。
 4. 因为彩信业务与手机终端的联系密切，中国移动鼓励提供彩信梦网服务的 SP 与手机终端销售商合作，利用手机销售渠道等资源，对业务进行营销推广。

第九章 考核管理

为创造公平竞争的市场环境，维护移动梦网业务市场秩序，提高移动梦网网络资源和市场资源的配置效率，中国移动将本着“公平、公正、公开”的原则，对合作 SP 进行考核，并根据考核结果实施优胜劣汰。

第一节 竞争机制

一、为鼓励竞争，原则上一种应用服务由两家以上的 SP 提供，让用户有多种选择。

二、为避免恶性竞争，中国移动将根据情况对提供同种业务的 SP 数量进行限制。

第二节 综合考核办法

中国移动根据“以维护市场秩序为基础，以促进业务发展为根本目标”的原则，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。

中国移动对 SP 的考核按考核周期分为月考核、年中考核和年末考核三种。中国移动通信集团公司对全网业务 SP 进行年中考核和年末考核，各省公司需对从本地接入的 SP 进行月考核、年中考核和年末考核。

考核分数采用积分制结合加扣分制，按照各考核要素的权重和指标进行计算。中国移动定期对所有合作 SP 进行统计和综合考评，定期向各省及合作 SP 通报考核结果，建立全国合作 SP 的信息共享制度。对优秀 SP 进行张榜推荐，对违规严重或业绩不佳的 SP 建立黑名单制度，并实行优胜劣汰的竞争机制。

为了给新进入的 SP 提供公平竞争基础，新 SP 在接入后第四个月开始参加考核。

具体考核细则如下：

一、积分制原则

中国移动对移动梦网彩信业务合作 SP 采用按彩信业务量（16%）、使用用户数（16%）、彩信业务量增长率（8%）、使用用户数增长率（8%）、中国移动业务收入（16%）、客户满意度（30%）、合作满意度（6%）等指标进行积分考核。

二、积分指标

1．彩信业务量比率：此要素旨在衡量合作 SP 对移动数据网络的贡献度。

计算方法为： A/A

$A=SP$ 当月梦网彩信业务量，按照（ $2MO+MT$ ）进行计算；

$A=$ 所有 SP 当月梦网彩信业务总量。

权重：16%。

2．当月使用用户数比率：此要素旨在衡量合作 SP 对移动数据网络的贡献度和对客户带来的价值。

计算方法为： B/B

$B=SP$ 当月使用用户数（使用用户数指从 SP 点播或定制彩信业务并产生信息费的用户）；

$B=$ 所有 SP 当月使用用户总数。

权重：16%。

3．彩信业务量增长率：此要素旨在衡量合作 SP 的增长潜力，为新进入的 SP 提供公平竞争基础。

计算方法为： C/C

$C=SP$ 当月与上月相比彩信业务量增长率，即 $[(\text{当月 } 2MO+MT) - (\text{上月 } 2MO+MT)] / (\text{上月 } 2MO+MT)$ ；

$C=$ 所有 SP 当月与上月相比彩信业务量增长率。

权重：8%。

4．使用用户数增长率：此要素旨在衡量合作 SP 的增长潜力，为新进入的

SP 提供公平竞争基础。

计算方法为： D/D

$D=SP$ 当月与上月相比使用用户数增长率，即（当月用户数 - 上月用户数）/上月用户数；

$D=$ 所有 SP 当月与上月相比用户数增长率。

权重：8%。

5．中国移动彩信业务收入比率：此要素旨在衡量合作 SP 对中国移动带来的数据业务收入贡献。中国移动梦网彩信业务收入包含（上行+不均衡下行）的通信费收入及信息费分成收入。

计算方法为： E/E 。

$E=$ 当月该 SP 给中国移动带来的梦网彩信业务收入；

$E=$ 当月梦网彩信业务总收入。

权重为 16%。

6．当月客户满意度：此要素旨在考核合作 SP 的客户服务水平和业务质量。

计算方法为： $(1-F/B)/(1-F/B)$

$F=$ 当月 SP 的投诉量*10；

$B=$ 当月使用用户数；

$(1-F/B)=$ 当月客户对 SP 的满意率；

$(1-F/B)=$ 当月客户对所有 SP 的满意率

权重为 30%。

7．合作满意度：此要素主要考察合作 SP 在日常业务管理、营销推广等方面的响应速度、合作质量等，旨在提高日常工作中的合作配合效率。

$G=SP$ 当月合作满意度得分，满分为 5 分；

权重：6%

三、SP 积分计算方法

综上所述，SP 积分计算方法为：

$SP \text{ 积分} = 16\% * (A/A) + 16\% * (B/B) + 8\% * (C/C) + 8\% * (D/D) + 16\% * (E/E) + 30\% * [(1-F/B)/(1-F/B)] + 6\% * (G/G)$

对于全网 SP，为便于察看和比较所有 SP 积分，最后将以上算法得到的所

有 SP 积分扩大 10000 倍，每个 SP 得到的最终积分为其占有所有 SP 积分之和的万分比。

各省公司可根据 SP 个数，最后将以上积分扩大倍数可参考 SP 个数*100。

四、加分、扣分制

对于出现以下情况时，将对按上述积分制计算出来的 SP 积分进行加分或扣分：

1．一般性加减分

(1) SP 的服务发生故障中断将被扣分，临时暂停服务（不超过 6 小时）扣 2 分/次，暂停服务超过 6 小时扣 5 分/次，内容未及时更新扣 2 分/次。

(2) 由于 SP 的原因造成小范围内的用户计费或收费错误（多收）的，扣 5 分/次。

(3) SP 客户服务响应时间超过 2 小时，扣 3 分/次，解决客户投诉的处理时间超过 48 小时，扣 6 分/次。

(4) 根据 SP 客户服务电话和客服联系人电话接通率检查情况：

接通率高于 95%加 8 分，90%~94%加 4 分，80%~89%加 2 分。

接通率为 70%~79%扣 8 分；50%~70%扣 10 分；低于 50%扣 20 分。

(5) 达到中国移动网络测试要求：加 5 分；

未达到中国移动网络测试要求：扣 5 分；

(6) 附和宣传要求：加 5 分；

不附和宣传要求：扣 5 分

2．违反管理办法处罚扣分

合作 SP 在业务开展过程中，违反移动梦网合作 SP 管理办法总则及各业务分册要求，除被处以以下处罚外，还将从 SP 积分中扣分。

(1) 处以通报批评处罚：扣 10 分/次

(2) 导致媒体对移动梦网业务负面报道：扣 10 分/次

(3) 处以暂停新业务申请处罚：扣 15 分/次

(4) 违反保密协议，泄露合作方信息：扣 20 分/次

(5) 推迟结算：扣 20 分/次

(6) 不予结算：扣 30 分/次

(7) 收取违约金：扣 40 分/次

(8) 限期整改：扣 50 分/次

(9) 暂停合作：扣 60 分/次

3. 恶性事例扣分

发生以下恶性事例，将被处以罚没协议违约金及各扣 60 分，直至强制退出的处理。

(1) 开展纯代收费：利用短信、彩信等收费渠道为其他业务开展纯代收费。

(2) 强制定购：指 SP 未征得客户同意，擅自给客户订购业务的行为

(3) 价格欺诈：指 SP 利用不同业务代码，向用户收取高于订购业务价格的资费的行为。

(4) 计费错误：指 SP 原因造成多扣用户费用、计费错误等问题。

(5) 用户无法退订业务：指 SP 不向用户提供退订业务渠道，或不响应用户退订请求。

(6) 超过计费上限：指 SP 提供业务违反第五章第二节定价原则。

(7) 违反禁止互联互通原则：SP 必须为中国移动的客户建立独立的数据库，并严禁通过数据库或互联网直接或变相的实现不同运营商(包括国际运营商)之间客户的互联互通。

第十章 奖惩办法

同《移动梦网 SP 合作管理办法》的《总则》部分和《短信业务分册》部分。

第十一章 SP 投诉流程

同《移动梦网 SP 合作管理办法》的《总则》部分和《短信业务分册》部分。