**中移动金融科技有限公司商户类合作伙伴管理实施细则优惠券类分册（试行）**

第一章 优惠券类商户

**第一节 引入管理**

**第一条** 合作商务模式

优惠券类商户是指基于公司支付营销能力合作或商户营销合作的非支付类商户。根据业务模式不同，分为平台合作优惠券商户和自主配置优惠券商户。

平台合作优惠券商户，是指对于具备商户自有营销系统提供优惠资源发券、核销、清算、售后能力，与本地营销平台接口对接的业务类型的商户。

自主配置优惠券商户,是指通过金科本地营销平台合作配置发券核销的业务类型的商户。

根据《中移动金融科技有限公司业务合作伙伴管理办法（试行）》相关要求，优惠券类商户引入的合作商务模式主要为免支撑服务费结算模式。

**第二条** 引入标准

合作伙伴引入资质需符合《中移动金融科技有限公司业务合作伙伴管理办法（试行）》中对于优惠券类商户资质要求。优惠券类合作伙伴引入评估标准见附件1。应对商户提供的基本信息、资信记录、经营状况和优惠资源价格等进行全面审核，判断其是否满足商户准入基本要求后准许引入。根据符合性评价评估标准进行审核评估，全部为客观部分。符合全部资质要求，即满足引入标准。

**第三条** 引入周期

优惠券类商户采用每月周期性引入。对于业务发展确有需要的，可在固定周期外临时发起合作伙伴引入流程。

**第四条** 引入数量要求

优惠券类商户每周期引入数量不设上限，即符合引入条件的合作伙伴都可进行引入。根据业务发展需要，如需设置引入数量上限，由行业运营事业部部务会决策，按照优惠资源投入力度择优引入。

**第五条** 引入流程

优惠券类商户的引入流程包括预审、评估、结果确认、签约四个环节。

1.预审：每月15日（如遇节假日顺延至最近一个工作日）受理当月15日之前商户提交的申请，由业务团队在3个工作日内，完成商户引入资质合规初审。

2.评估：对于平台合作优惠券商户，在业务团队初审商户引入资质有效合规后，需要由行业运营事业部引入评估小组对初审情况进行评估复核，评估小组由行业运营事业部不同团队人员组成且不少于3人，根据评估结果形成引入结果建议。引入评审工作在资质审查结束后3个工作日内完成。对于自主配置优惠券商户，在业务团队预审引入资质有效合规后，可自主注册，无需评估。

3.结果确认：对于平台合作优惠券商户，由评审小组形成引入结果建议报送行业运营事业部部务会议进行结果确认。每月底前完成商户引入评估及结果确认工作。确认后的引入结果应在公司网站上进行公示3日。如遇延迟，可通过正式邮件或函件通知当期申请商户联系人。

4.签约：结果确认通过后，由行业运营事业部启动协议签约流程。项目合作不涉及金额，由行业运营事业部部务会确认结果作为合同签署依据，原则上以适用的公司标准协议模板为基础。合同的签署按照公司合同管理办法相关规定执行。

**第二节 日常管理**

**第六条** 日常考核管理

（一）考核对象: 考核周期内有实际交易的优惠券类商户。

（二）考核周期: 按半年度考核，即每半年对优惠券类商户进行考核，并发布考核成绩。

（三）考核规则见附件1。考核结果级别分A、B、C、D四档，A级：90分（含）以上；B级：75分（含）-90分（不含）；C级：75分（不含）-60分（含）；D级：60分（不含）以下，不达标。一个季度考核等级为D级，或者连续两个季度均在C级及以下，公司可以提出整改要求，对于整改不达标的合作伙伴，公司有权终止与其合作。各考核指标分值及考核计分规则由行业运营事业部根据实际运营重点进行科学自主调整。

（四）考核结果审批

考核结果经过和业务线负责人审批后公布给商户，结果应该包含计算数据以及得分等信息。

（五）考核结果复议

商户收到考核结果5个工作日内可对考核结果提出异议，并提供相关材料，经过业务线团队审议后，根据最终的审议结果作为最终当季度考核分数。

（六）考核奖惩规则

出现两次季度考核成绩为60分以下的商户，下架该商户所有在线商品。商户需在一个月内对自身问题进行整改，并提交合格的整改报告。整改完成后，该商户所有在线商品恢复上架。未及时完成整改的，对商户进行退出处理。

（七）价格及结算管理

价格管理：对于优惠券类商户利用金科本地营销平台配置的优惠资源不设要求，商户营销接口接入的优惠资源需满足不高于省公司、其他专业公司合作价格；不高于国内其他电信运营商的合作价格的价格管理要求，并做好市场价格监控。

免支撑服务费结算资源：优惠券类商户接入的优惠资源为商户自主核算出资优惠，平台只涉及核销信息流，不涉及资金流和成本结算。

**第七条** 异常监控管理

对优惠券类商户相关业务的异常情况进行定期监控，结合优惠资源分发量、领取率、客户体验、成功率、商户配合程度、用户反馈等因素进行综合评估，做好灵活上下架管理。如果存在风险稽核监控异常、批量投诉、商户能力不足、合作到期等情况，需及时进行下架处理。同时启动违规核查，对于核查确认的违规行进行处理，要求其配合进行业务质量专项整改和提升。

当优惠券类商户在合作期间出现相应违规行为的，实施违规处罚。

**（一）**优惠券类商户出现以下情形时视为一般违规：

1.由于优惠券类商户原因导致的客户服务处理响应不及时。

2.由于优惠券类商户业务系统、服务平台等原因，产生的用户量波动、产品质量降低和客户规模投诉。

3.由于优惠券类商户未如实提供产品的优惠资源内容、生效规则等原因，产生客户规模投诉。

4.由于优惠券类商户擅自修改优惠资源价格，不符合优惠资源价格监控要求而产生的业务质量情况。

5.一般违规处罚措施：优惠券类商户出现一般违规时，公司将对优惠券类商户提出警告，责令限期整改。如警告累计三次且不能按期整改及整改达不到要求，按严重违规处理。

**（二）**优惠券类商户出现以下情形时视为严重违规：

1.优惠券类商户出现违反国家法律法规等行为。

2.优惠券类商户恶意攻击我公司网络平台或管理系统，或由于优惠券类商户原因造成我公司网络平台或管理系统遭受攻击，导致系统性能下降或不能提供服务，或利用系统漏洞损害客户的利益。

3.优惠券类商户以任何手段诱导、欺骗客户进行不知情订购。

4.由于优惠券类商户业务系统、服务平台等原因，导致出现重大投诉的,包括批量投诉、涉及较大舆情或重大舆情的投诉。

5.严重违规处罚措施：优惠券类商户出现严重违规的，公司将终止业务合作，进行业务清算，并有权追溯其相关法律责任。

公司将按月对业务情况进行监控，并进行相应处理：

（一）数据剔除：参与评估评价时，运营数据剔除稽核为不正常的数据；

（二）限期整改：对当月出现3次（含）以上异常数据情况的优惠资源，提出警告，责令限期整改。如警告累计三次且不能按期整改及整改达不到要求，做下架处理；

（三）优惠资源下架：对连续2个月（含）以上出现异常数据的优惠资源，做下架处理。考核周期内，对优惠资源因异常处理下架占其合作资源数量达到30%、40%、50%的优惠券类商户，根据对应比例扣除附件1考核要求中日常运营管理项5、10、15评分，对达到60%比例的直接按业务违规退出方式终止合作。

**第八条** 后评估管理

行业运营事业部在合作伙伴协议到期前对合作伙伴在合作期间日常考核情况，下述标准均满足的，基于对公司有利的原则，按照《中移动金融科技有限公司合同管理办法(试行)》相关流程进行续签。

（一）日常考核平均成绩不低于80分；

（二）特殊资质证件未过期（若有）；

（三）企业资质仍符合引入资质要求。

**第三节 退出管理**

**第九条** 合作伙伴退出管理需符合《中移动金融科技有限公司业务合作伙伴管理办法(试行)》中的相关要求。优惠券类商户出现以下情形的，优惠资源引入主体有权终止双方合作关系。

（一）主动申请退出：优惠券类商户因自身原因主动要求终止合作。优惠券类商户应至少提前三个月向优惠资源引入主体、优惠资源运营主体提出书面申请，在此期间应继续向其客户提供服务。

（二）业务违规退出：优惠券类商户因业务违规，达到退出标准。

（三）资格变更退出：优惠券类商户因发生管理团队、业务资质等资格变更，不满足合作条件。

（四）不良信用退出：优惠券类商户被纳入中国移动不良信用名单的，将终止该优惠券类商户的合作关系，且不得再次申请合作。

（五）业务结束退出：受国家政策及相关行业规定或其它不可抗力影响，导致该业务无法正常开展的，优惠资源运营机构在协议有效期内有权提出终止合作。

（六）合作到期退出：优惠券类商户与优惠资源引入主体的合作协议到期，优惠资源引入主体有权终止合作协议，并提前一个月以书面文件的形式告知优惠资源运营主体。

（七）公司被列为严重违法失信企业名单，或法定代表人/负责人被列为失信人执行名单。

第二章 优惠券拓展服务商管理

**第一节 引入管理**

**第十条** 合作商务模式

优惠券拓展服务商主要是指，结合自身资源及优势，为我公司拓展全国范围内高价值优惠资源的商户成为本地营销平台优惠券类合作商户，以及整合国内优质的商户优惠资源以系统接口能力输出给和包支付开展营销优惠业务合作的合作伙伴。

优惠券拓展服务商主要职责：

（一）负责优惠资源和优惠资源商户的关系维护、系统对接、产品配置、运营核销、售后维护、对账等合作内容；

（二）根据公司提供的统一接入内容清单、接口文档、系统平台规则，并将优惠资源接入接口规范同步给各优惠资源商户，服务商负责协调优惠资源商户按接口文档进行对接开发。如服务商自建中间系统，则同步按照接口文档进行开发对接，必须保障中间系统与公司平台的适配性、准确性和稳定性。

（三）数据稽核：如优惠资源使用我公司营销平台则以该平台数据进行稽核。如服务商使用其自建中间系统平台进行商品接口合作销售，则其需将其平台销售数据通过系统报表形式发送至我公司进行稽核。数据稽核结果需双方确认后作为对账依据。

根据《中移动金融科技有限公司业务合作伙伴管理办法（试行）》相关要求，优惠券拓展服务商引入的合作商务模式主要为服务费模式。

服务费模式：服务商直接引入优惠资源在我司平台开展业务。如服务商引入的优惠资源为自主核算出资优惠的免支撑服务费结算资源，平台只涉及核销信息流，不涉及资金流和成本结算。

**第十一条** 引入标准

优惠券拓展服务商引入评估标准根据符合性评价进行审核评估，全部为客观部分，符合全部资质要求，即满足引入标准。优惠券拓展服务商合作引入标准见附件2。

**第十二条** 引入周期

优惠券拓展服务商分批次引入，每批次单独挂网招募，并明确报名截止时间。根据业务发展需要，发起合作伙伴引入流程。

**第十三条** 引入数量要求

引入数量以每批次当期挂网招募数量为准。由行业运营事业部部务会决策，按照资质情况和运营能力择优引入。

**第十四条** 引入流程

优惠券拓展服务商合作引入流程包括甄选、招募、预审、评估、结果确认、签约六个环节。

1.甄选：行业运营事业部根据业务发展情况或客户需求，甄选需引入优惠券类拓展服务商的行业或区域，由部务会决策确定服务商引入行业或区域、引入数量。

2.招募：行业运营事业部根据业务发展需要，通过中移金科的统一门户公开发布服务商招募公告，也可通过微信公众号或各类媒体、会议等渠道同时发布。符合引入基本资质要求的服务商均可申请，保证平等机会参与合作。

3.预审：收到服务商提交的资质审核材料后，行业运营事业部报名截止日后3个工作日前完成提交的资料审查。业务团队初审合作方引入资质是否符合要求。

4.评估：由行业运营事业部引入评估小组组织初审资料的评估，评估小组由行业运营事业部不同团队人员组成且不少于3人，评估小组收到初审通过的服务商资料后，3个工作日内对初审情况进行评估复核，复核无误，即可引入为优惠券拓展服务商。

具体评估组成员名单应遵循特定关系人与特定事项回避的原则，由行业运营事业部牵头组建确定。评估小组按照附件2《优惠券拓展服务商引入评审标准》对服务商进行评审，评估小组根据评审结果形成合作商户的引入结果建议。其中评审标准可依据实际经营情况由行业运营事业部部务会决策修改。

5.结果确认：评审小组形成引入结果建议报送行业运营事业部部务会议进行结果确认。报名截止日后15个工作日前完成商户引入评估及结果确认工作。确认后的引入结果应在公司网站上进行公示3日。如遇延迟，可通过正式邮件或函件通知当期申请商户联系人。

6签约：结果确认通过后，由行业运营事业部启动协议签约流程。项目合作不涉及金额，由行业运营事业部部务会确认结果作为合同签署依据，原则上以适用的公司标准协议模板为基础。合同签署按照公司合同管理办法相关规定执行。

**第二节 日常管理**

**第十五条** 日常考核管理

服务商在授权的行业范围内拓展业务时，须严格按照公司的要求拓展业务。服务商管理考核，详见附件2《优惠券拓展服务商日常管理考核规则》，以半年度为考核单位，统计各项指标并进行打分。

一个考核周期低于60分，公司可以提出整改要求，对于整改不达标的合作伙伴，公司有权终止与其合作。

**第十六条** 异常监控管理

服务商与我司签订合作协议之后，我司可向服务商开具业务拓展授权书（模板见附件3），服务商凭授权书进行业务拓展。我司结合优惠资源分发量、领取率、客户体验、成功率、商户配合程度、用户反馈等因素，对服务商相关业务的异常情况进行定期监控，如业务量波动情况、价格对比标准情况、投诉波动情况、业务质量异常情况等。对异常情况判定出现违规标准的业务，可采取业务暂停等紧急处理。同时启动违规核查，对于核查确认的违规行进行处理，同时要求其配合进行业务质量专项整改和提升。

根据异常监控机制，判定服务商一般违规及严重违规的具体情形，当服务商在合作期间出现相应违规行为的，实施违规处罚。

（一）服务商出现以下情形时视为一般违规：

1.由于服务商原因导致的客户服务处理响应不及时。

2.由于服务商业务系统、服务平台等原因，产生的用户量波动、产品质量降低和客户规模投诉。

3.由于服务商未如实提供产品的优惠资源内容、生效规则等原因，产生客户规模投诉。

4.由于服务商擅自修改优惠资源价格，不符合优惠资源价格监控要求而产生的业务质量情况。

5.一般违规处罚措施：服务商出现一般违规时，公司将对服务商提出警告、下架产品，责令限期整改。如警告累计三次且不能按期整改及整改达不到要求，按严重违规处理。

（二）服务商出现以下情形时视为严重违规：

1.服务商出现违反国家法律法规等行为。

2.服务商恶意攻击我公司网络平台或管理系统，或由于优惠券拓展服务商原因造成我公司网络平台或管理系统遭受攻击，导致系统性能下降或不能提供服务，或利用系统漏洞损害客户的利益。

3.服务商以任何手段诱导、欺骗客户进行不知情订购。

4.由于服务商业务系统、服务平台等原因，导致出现重大投诉的,包括批量投诉、涉及较大舆情或重大舆情的投诉。

5.严重违规处罚措施：服务商出现严重违规的，公司将终止业务合作，进行业务清算，并有权追溯其相关法律责任。

公司将按月对业务情况进行监控，并进行相应处理：

（一）数据剔除：参与评估评价时，运营数据剔除稽核为不正常的数据；

（二）限期整改：对当月出现3次（含）以上异常数据情况的权益，提出警告，责令限期整改。如警告累计三次且不能按期整改及整改达不到要求，做下架处理；

（三）优惠资源下架：对异连续2个月（含）以上出现异常数据的权益，做下架处理。考核周期内，对优惠资源因异常处理下架占其合作资源数量达到15%、25%、35%的优惠券拓展服务商，根据对应比例扣除附件2考核要求中日常管理项5、10、15评分，对达到50%比例的直接按业务违规退出方式终止合作。

**第十七条** 后评估管理

行业运营事业部在合作伙伴协议到期前对合作伙伴在合作期间日常考核情况，下述标准均满足的，基于对公司有利的原则，按照《中移动金融科技有限公司合同管理办法(试行)》相关流程进行续签。

（一）日常考核平均成绩不低于80分；

（二）特殊资质证件未过期（若有）；

（三）企业资质仍符合引入资质要求。

**第三节 退出管理**

**第十八条** 合作伙伴退出管理需符合《中移动金融科技有限公司业务合作伙伴管理办法(试行)》中的相关要求。优惠券拓展服务商出现以下情形的，优惠资源引入主体有权终止双方合作关系。

（一）主动申请退出：优惠券拓展服务商因自身原因主动要求终止合作。优惠券拓展服务商应至少提前三个月向公司提出书面申请，在此期间应继续向其客户提供服务。

（二）业务违规退出：优惠券拓展服务商因业务违规，达到退出标准。

（三）资格变更退出：优惠券拓展服务商因发生管理团队、业务资质等资格变更，不满足合作条件。

（四）不良信用退出：优惠券拓展服务商被纳入中国移动不良信用名单的，将终止该优惠券拓展服务商的合作关系，且不得再次申请合作。

（五）业务结束退出：受国家政策及相关行业规定或其它不可抗力影响，导致该业务无法正常开展的，公司在协议有效期内有权提出终止合作。

（六）合作到期退出：优惠券拓展服务商与优惠资源商户的合作协议到期，公司有权终止合作协议，并提前一个月以书面文件的形式告知优惠券拓展服务商。

（七）公司被列为严重违法失信企业名单，或法定代表人/负责人被列为失信人执行名单。

**第十九条** 优惠券拓展服务商应在退出合作前后，配合公司完成以下工作。

（一）优惠资源下线：公司在确认优惠券拓展服务商应当退出之日起的7个工作日内对所涉优惠资源进行下线处理。

（二）数据清理：优惠券拓展服务商应配合公司共同发起并完成入口数据、系统数据、存量订购关系数据的清理和删除工作，在30天内完成。

（三）业务清算：对于因违规违约等情况退出合作的，预留6个月的清算期。

（四）遗留问题处理：优惠券拓展服务商应在退出前配合公司主体完成因退出合作带来的客户服务、业务延续等问题的处理，如有客户投诉、客户补偿等遗留问题，必须妥善解决完成。

**第二十条** 退出流程

提出退出申请：服务商发起申请前，需查看是否有未完结的服务交易、投诉或纠纷，如存在未完结的服务交易、投诉或纠纷，须处理完毕才能退出；

退出审批：服务商提出退出申请后，3个工作日内启动退出审批工作。确定服务商不存在未完结的服务交易、投诉或纠纷的情况下，30个工作日内完成退出审批。

业务下线：公司在确认服务商符合退出流程起的3个工作日内对所涉优惠资源进行下线处理。

合同终止：公司在确认服务商符合退出流程后10个工作日内完成协议终止。

数据清理：公司确认服务商符合退出流程后，服务商应配合公司共同发起并完成入口数据、系统数据、存量订购关系数据的清理和删除工作，在30天内完成。

退出清欠：公司确认对于因违规违约等情况退出合作的，在10个工作日发起清欠流程，预留3个月的清算期。

资料退还：公司在确认服务商退出后在5个工作日内完成资料退还。

账号关闭：公司在确认服务商符合退出流程后的5个工作日关闭业务平台服务商账号。

遗留问题处理：服务商应在退出前配合公司主体完成因退出合作带来的客户服务、业务延续等问题的处理，如有客户投诉、客户补偿等遗留问题，必须妥善解决完成。

第三章 附则

**第二十一条** 本办法根据业务及市场的发展适时进行修改，其修改权和解释权归属公司行业运营事业部。

**第二十二条** 本办法自下发之日起施行。本办法如有与前期相关文件相冲突之处，以本办法为准。如与集团公司新出台的文件相冲突，以集团公司文件为准。

# 附件1：优惠券类商户合作引入资质要求

## 一、优惠券类商户引入标准资质要求

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **优惠券类商户引入资质要求** | | | |
| **序号** | **业务类型** | **引入标准** | **审核规范** |
| 1 | 第一类：自主配置  优惠券商户 | 1.应为依法注册成立一年以上并有效存续的企业，建议限制成立时间一年以上，三年之内未曾因风险原因被我司取消合作的。企业不属于严重违法失信企业名单，且法定代表人或负责人不在失信人执行名单里面。不属于中国移动体系内不良信用名单企业。  2.具有合法有效的企业法人营业执照、组织机构代码、法人身份证以及相关经营业务许可证资质等，具备一般纳税人资质，可提供符合国家规定的增值税专用发票，并已获通过相关主管部门年检合格。 | 有省市移动公司推荐或符合引入标准可通过金科本地营销平台自主注册。 |
| 省市移动公司推荐函的可适当放宽。 |
| 第二类：平台合作优惠券商户，具备平台产品管理、故障管理、接口管理能力，确保合作系统适配性、准确性和稳定性。 | 提供具有合法有效的企业法人营业执照、组织机构代码、法人身份证和相关经营许可证。并提供商户营销系统介绍材料，评估其系统对接合作可行性。 | 组织部门评审机制评估是否可计入。 |
| 省市移动公司推荐函的可放宽准入要求 |

在授权合作的优惠券类产品范围内开展业务，不得违背政府、人民银行等监管机构规定的相关要求，涉及以下经营业务的暂不考虑纳入合作范围：

（一）涉军涉政、警用装备制造与销售；信托、私募、博彩、农业技术加盟、医疗加盟、赌石、千术；枪支弹药、管制刀具、牙签弩；减肥/祛痘/祛斑/增高/植发/丰胸/壮阳产品、两性产品、试管婴儿、偏方、艾方、雪茄、鹿茸、违禁药品、临床检验、基因检测、血液检查、生殖健康、美容服务、整容整形、狐臭口臭治疗、采耳；情感咨询、涉外婚恋；微商、山寨品牌、皮草、网红气球、手工加工类、望远镜、国家级保护动物及狗类养殖、洞藏老酒、蜜蜡、文化艺术收藏品、电子烟、槟榔；占卜算命、邪教、传销等。

（二）医疗健康行业（包括医院、OTC药物、医疗器械、保健品）禁入；除知名品牌药企、口罩/隐形眼镜等日用医疗器械、医药中间体、体检、在线咨询等准入外，其他暂不准入；种植医药农作物禁入。

（三）金融行业中虚拟币相关禁入；互联网金融行业除知名上市企业准入外，其他暂不准入。

## 二、优惠券类商户日常管理考核规则

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **优惠券类商户日常管理考核规则** | | |
| **考核分类** | **考核分项** | **考核项目说明** |
| 日常运营（70分） | 优惠资源价格监控（30分） | 不高于省公司、其他专业公司合作价格；不高于国内其他电信运营商的合作价格的价格管理要求（15分） |
| 合作优惠资源价格具备低于省公司、其他专业公司以及国内电信运营商合作价格的，可根据资源价格优势适当加分（加分项不超过10分） |
| 优惠资源核销体验（10分） | 确保用户领取后使用优惠资源的高效使用体验，无故障超常规延时情况。 |
| 对账效率及质量（20分） | 按时保质完成按日、按月开展对账工作 |
| 异常监控机制（10分） | 根据业务的异常情况进行定期监控，如业务量波动情况、产品价格情况、投诉波动情况、业务质量异常情况等。 |
| 客户服务（30分） | 投诉处理效率（10分） | 客户的普通投诉，商户需在12个工作小时内，完成有效回复。 每发生一起普通投诉超时未解决，扣0.5分，扣完为止； 注： （1）工作时间定义为每天8：00-23：00。 （2）有效回复指从客户提出问题起，到查清原因，形成有效解决方案的时限。 （3）普通投诉指客户通过营业厅、10086热线、客户经理、和包支付客户端、微信、微博、聚投诉等互联网渠道就首次某一问题向我公司反映。详细解释见《中移动金融科技有限公司客户投诉管理办法》。 |
| 升级投诉（20分） | 客户通过上级公司服务质量监督部门（如工信部、消协、信访部门、中国移动总部等）渠道提交的投诉,因商户处理不及时或属于商户责任的（非客户恶意投诉）为升级投诉。每发生一次升级投诉，扣1分，扣完为止。 |
| 扣分项（最高扣40分） | 信息安全保障 | 如因优惠拓展合作伙伴或优惠资源商户应用程序存在安全漏洞，导致系统出现信息安全事故，或泄露用户隐私信息等，可根据问题级别及事件影响的大小进行考核 |
| 系统稳定性保障 | 在收到优惠资源调用需求时，应严格按照用户的手机号码或其他账号进行优惠资源发放，优惠资源发放成功率不低于99.9%；同时，需保障优惠资源接口在调用后3秒内响应并发放。 |

附件2：优惠券拓展服务商引入资质要求与日常考核

一、优惠券拓展服务商引入标准

（一）资质要求

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **优惠券拓展服务商引入资质要求** | | |
| 评审项 | 评审细则 | 是否符合要求 |
| 优惠券拓展服务商企业资质要求 | 1.应为依法注册成立一年以上并有效存续的企业，建议限制成立时间一年以上，三年之内未曾因风险原因被我司取消合作的。企业不属于严重违法失信企业名单，且法定代表人或负责人不在失信人执行名单里面。不属于中国移动体系内不良信用名单企业。 | 是/否（务必符合） |
| 2.有相关业务经营资质，并具备一般纳税人资质，可提供符合国家规定的增值税专用发票，法定代表人、股东、实际控制人等信用良好，无不良记录。 | 是/否（务必符合） |
| 3.原则上要求优惠券拓展服务商与原始优惠资源商户直接合作。因特殊情况需要指定授权代理商进行合作的，授权的代理商需提供完整的授权证明，证明上需明确原始版权具体情况、授权范围、转授权说明、授权时间等重要信息。并遵循以下原则：优惠券拓展服务商与其授权的代理商不能同时申请合作，一个商户授权函仅限一个服务商接入资质使用。 | 是/否（务必符合） |
| 4.服务商在授权合作的产品范围内开展业务，涉及以下经营业务的暂不考虑纳入合作范围： （一）涉军涉政、警用装备制造与销售；信托、私募、博彩、农业技术加盟、医疗加盟、赌石、千术；枪支弹药、管制刀具、牙签弩；减肥/祛痘/祛斑/增高/植发/丰胸/壮阳产品、两性产品、试管婴儿、偏方、艾方、雪茄、鹿茸、违禁药品、临床检验、基因检测、血液检查、生殖健康、美容服务、整容整形、狐臭口臭治疗、采耳；情感咨询、涉外婚恋；微商、山寨品牌、皮草、网红气球、手工加工类、望远镜、国家级保护动物及狗类养殖、洞藏老酒、蜜蜡、文化艺术收藏品、电子烟、槟榔；占卜算命、邪教、传销等。 （二）医疗健康行业（包括医院、OTC药物、医疗器械、保健品）禁入；除知名品牌药企、口罩/隐形眼镜等日用医疗器械、医药中间体、体检、在线咨询等准入外，其他暂不准入；种植医药农作物禁入。 （三）金融行业中虚拟币相关禁入；互联网金融行业除知名上市企业准入外，其他暂不准入。 | 是/否（务必符合） |
| 5.有省市移动公司推荐函，可放宽准入要求。 | 是/否（参考符合） |
| 优惠券拓展服务商运营能力要求 | 6. 优惠券拓展服务商应具备一定信息化能力，符合我公司接口开展技术联调和系统运维能力要求，具备优惠资源管理、核销、退换货、发放领用数据、运营分析、对账等运营能力。 | 是/否（务必符合） |
| 7.优惠券拓展服务商应具备客服能力。 | 是/否（务必符合） |
| 8. 服务商具备合作相关项目的运营实力和经验，有过往成功项目和案例、与移动有合作历史的优先考量。 | 是/否（参考符合） |
| 9. 具有线上线下商户优惠资源，优先大型商超、餐饮连锁等生活服务类商户资源。 | 是/否（参考符合） |

**（二）评分标准**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 评审项 | 评审细则 | 得分 |
| 同类及类似项目经验（50分） | 近3年与其他合作伙伴合作过同类项目，每合作一个项目，得2分（以50分为上限）。合作证明材料提供项目合同，合同至少包括首页和签字盖章页。项目数量认定以合同数量为准。 |  |
| 同类及类似项目业绩（50分） | 近3年同类项目的累计合同收入在合作伙伴中排名得分。排名第一得50分，每延后1名减5分。证明材料能够提供项目合作收入。（合同至少包括首页，金额和签字盖章页）。 |  |

**二、优惠券拓展服务商日常管理考核规则**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **优惠券拓展服务商日常管理考核规则** | | |
| **考核分类** | **考核分项** | **考核项目说明** |
| 引入谈判及技术对接（30分） | 引入谈判及技术对接（30分） | 按时保质完成优惠资源和优惠资源商户的引入商务谈判、合同签约及技术对接。 |
| 日常运营（40分） | 优惠资源价格监控（10分） | 不高于省公司、其他专业公司合作价格；不高于国内其他电信运营商的合作价格的价格管理要求（15分） |
| 合作优惠资源价格具备低于省公司、其他专业公司以及国内电信运营商合作价格的，可根据资源价格优势适当加分（加分项不超过10分）。 |
| 优惠资源核销体验（10分） | 确保用户领取后使用优惠资源的高效使用体验，无故障超常规延时情况。 |
| 对账效率及质量（10分） | 按时保质完成按按月开展对账工作。 |
| 异常监控（10分） | 根据业务的异常情况进行定期监控，如业务量波动情况、产品价格情况、投诉波动情况、业务质量异常情况等。 |
| 客户服务（30分） | 投诉处理效率（10分） | 客户的普通投诉，商户需在12个工作小时内，完成有效回复。 每发生一起普通投诉超时未解决，扣0.5分，扣完为止； 注： （1）工作时间定义为每天8：00-23：00。 （2）有效回复指从客户提出问题起，到查清原因，形成有效解决方案的时限。 （3）普通投诉指客户通过营业厅、10086热线、客户经理、和包支付客户端、微信、微博、聚投诉等互联网渠道就首次某一问题向我公司反映。详细解释见《中移动金融科技有限公司客户投诉管理办法》。 |
| 升级投诉（20分） | 客户通过上级公司服务质量监督部门（如工信部、消协、信访部门、中国移动总部等）渠道提交的投诉,因商户处理不及时或属于商户责任的（非客户恶意投诉）为升级投诉。每发生一次升级投诉，扣1分，扣完为止。 |
| 扣分项（最高扣40分） | 信息安全保障 | 如因服务商中间系统或者商户应用程序存在安全漏洞，导致系统出现信息安全事故，或泄露用户隐私信息等，可根据问题级别及事件影响的大小进行考核。 |
| 系统稳定性保障 | 在收到优惠资源调用需求时，应严格按照用户的手机号码或其他账号进行优惠资源发放，优惠资源发放成功率不低于99.9%；同时，需保障优惠资源接口在调用后3秒内响应并发放。 |

附件3：业务拓展授权书模板

由\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_兹授权“\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_”就\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_的\_\_\_\_、\_\_\_\_、\_\_\_\_、\_\_\_\_、\_\_\_\_、等产品展开合作，合作中可使用我司\_\_\_\_、\_\_\_\_、\_\_\_\_、等系统能力。本函所涉内容的合作细则应遵循\_\_\_\_、\_\_\_\_、和\_\_\_\_的相关规定，并以各方签订的合同条款为最终执行标准。