

拟文部门： 广告事业部-运营中台-客户管理部

发文日期： 2019年12月25日

收文部门： 广告事业部全体销售

抄送部门： 法务部、内控部

生效日期： 2020年1月1日

2020年喜马拉雅 KA 广告代理商合作管理规范

本管理规范自2020年1月1日起生效，之前相关政策及管理规范与本管理规范不符的，以本管理规范为准。即日起，喜马拉雅开通举报通道：sales-complaint@ximalaya.com

1. 目的

为保障广告主、广告代理商及喜马拉雅媒体平台三方的合法权益，鼓励喜马拉雅广告代理商合法经营、健康有序竞争并切实维护自身和喜马拉雅的品牌形象，促进喜马拉雅与广告代理商合作的合法、稳定，特制定本管理规范。

2. 适用范围

2.1. 本管理规范适用于所有与喜马拉雅开展合作的 KA 广告代理商(包括但不限于独家代理商和普通代理商等)。

2.2. 本管理规范所称“客户”指通过上述广告代理商在喜马拉雅所有或运营的网站和客户端投放广告的任何单位、组织。

3. 基本规范

3.1. 客户开拓原则

3.1.1. KA 独家代理商仅可以开拓代理合同中约定的“客户营业执照注册地所在省/市/自治区”或约定的 KA 白名单客户。

3.1.2. KA 普通代理商可以开拓北上广深及 KA 白名单客户(喜马拉雅广告事业部的 KA 客户)范围内的客户。

3.1.3. 项目所在地原则: 房地产客户的品牌投放依据开发商营业执照注册地界定客户归属; 房地产项目投放(投放内容为该单一项目的相关内容, 非品牌类宣传)依据房产项目所在地界定客户归属。

3.1.4 关联规则: 以下四种情况经喜马拉雅复核确认后允许代理商之间进行关联

序号	公司关系	举例	判断依据
1	同一股东	A 公司股东与 B 公司股东完全相同或≥2 名相同, 则允许 A 和 B 公司进行关联	第三方网站
2	100%持股	A 公司对 B 公司 100%持股, 则允许 A 和 B 公司进行关联	
3	同一集团	A 公司和 B 公司同属于一个集团公司	公司对外
4	层级从属关系	A 公司对 B 公司 100%持股, 同时 B 公司从属于 C 集团, 则允许 ABC 三个公司进行关联	财报或第三方网站

3.2.客户诚信原则

3.2.1.所有广告代理商，向客户披露的喜马拉雅广告刊例价格须准确无修改(以喜马拉雅发布的每季度最新刊例价格为准)。

3.2.2.严禁实施误导、欺诈客户的行为:广告代理商向客户售卖的广告产品与代理商在喜马拉雅上实际投放的广告产品相一致，不得进行任何误导、欺诈客户的陈述或操作。代理商应按客户本意在喜马拉雅上进行广告投放，否则视为对客户的欺诈

3.2.3.承担广告合法合规的审核义务:广告代理商对客户资质及客户拟投放的广告有审核义务，对于不符合《中华人民共和国广告法》、《“喜马拉雅”广告审核规范》的广告，不得在“喜马拉雅”平台进行投放。

3.2.4.广告代理商须向客户如实陈述其在喜马拉雅的广告代理业务范围及代理权限，不得伪造或假冒独家授权资质。

3.2.5.广告代理商对喜马拉雅应遵守的诚信原则:

- a)向喜马拉雅提供全面、真实的客户信息;
- b)未经喜马拉雅书面许可，不得私自发展下级代理商;
- c)对外维护喜马拉雅声誉;

3.3.喜马拉雅品牌合法使用原则

3.3.1.未经喜马拉雅书面授权，代理商不得在其企业名称、商标、域名、网站名称、员工名片、对外宣称、宣传单/册、其他商业标识及商业活动或宣传推广中擅自使用包含“喜马拉雅”、“喜马”等可能引人误解其为喜马拉雅的子公司、分支机构或其他可能与“喜马拉雅”产生关联关系的字样及其组合形式，也不得擅自在代理商的网站域名、APP或其他应用程序中使用包含“ximalaya”、“himalaya”、“喜马拉雅”等的字样；不得自行申请与喜马拉雅及其关联公司有关的商标、著作权等知识产权，亦不得注册名称与喜马拉雅及其关联公司或商标名称类似的公司或企业。

3.3.2.未经喜马拉雅书面授权，代理商不得以“喜马拉雅”名义或“喜马拉雅”的“办事处”、“分公司”、“子公司”或“总代理”等名义对外进行企业及产品/业务宣传、商业活动或招聘、业务招揽活动等。

4.违规行为类型及认定处理

4.1.高压违规

违规类型	违规描述	违规认定处理
商业贿赂	1. 包括但不限于合作伙伴及其工作人员对“喜马拉雅”工作人员及员工家属以任何理由，提供任何形式的不正当利益，包括但不限于礼物馈赠、资金往来、旅游宴请、个人	经核实认定后，列入合作“黑名单”，解除合作

	借贷等。所谓“不正当利益”，指非法利益和其它不应当得到的利益。	协议，扣除当年合作所有业绩，如有货款一并扣除，并予以公示。
信息泄露	1. 违规操作造成的平台用户财产损失(如非法买卖用户信息、非法集资等)。 2. 喜马拉雅向代理商宣贯的相关敏感信息(包括但不限于销售、广审等政策)，代理商不得擅自篡改或对外发布，一经发现，除对应按重大违规定义外，保留后期因此行为导致的其他后果的处置处罚权。	
伪造材料	包括但不限于： 1. 资质证件造假，涉及资质盗用或造假的。例如：营业执照、广告经营许可证、各类证审广审证件、付款凭证等。 2. 向客户展示或出具伪造的喜马拉雅授权证明/刊例价格/折扣政策等。	
影响平台声誉	1. 以喜马拉雅名义发布负面或不实信息，恶意诋毁喜马拉雅并损害喜马拉雅声誉。 2. 以喜马拉雅名义从事诈骗、敲诈、勒索等行为。 3. 因广告代理商的违法或违约行为导致喜马拉雅与第三方发生诉讼、仲裁、较大规模消费者投诉或者导致喜马拉雅被国家机关立案调查或处罚的。 4. 在任何场合，恶意中伤或诋毁喜马拉雅平台的声誉，散布与喜马拉雅平台相关的恶意信息。	
违法投放	1. 但凡违反中华人民共和国的法律法规的投放行为 2. 违反《中华人民共和国广告法》、《网络音视频信息服务管理规定》或《“喜马拉雅”广告审核规范》的行为且造成恶劣影响的(包括但不限于涉赌、色情低俗、钓鱼网站等)。 3. 投放涉及黄赌毒、邪教、种族歧视、性别歧视、反党反政府、非法传销利用国家重大灾难及恶性热点事件为噱头的以盈利为目的的广告。 4. 违规操作造成的用户财产损失并已核实(如非法买卖用户信息、非法集资等)。	

4.2. 严重违规

违规类型	违规描述	违规认定处理
恶意乱价	1. 通过非常规手段获取客户、不合规经营的行为。包括但不限于：低价竞争、恶意提高价格、套户、窜货等行为。 2. 未入喜马广告代理商库的广告代理商不得对外报价，报价无效，喜马拉雅平台有权拒绝合作并保留追诉权利	经核实认定后，首次违规：当笔合作项目业绩全部扣除；
套户或转售	1. 接受其授权销售区域或授权销售行业之外的客户通过委托其他法人机构购买喜马拉雅产品的订单(套户) 2. 未经喜马拉雅同意，将合同约定的部分或全部产品、权利义务转授给第三方，或将喜马拉雅提供的资源销售变现等行为。	第二次违规：当笔合作项目业绩全部扣除，当年合作代理政策降

虚假行为	<ol style="list-style-type: none"> 1. 投放虚假广告且导致任何第三方针对该广告提出确有理由的投诉、举报，经确认属实的;或导致喜马拉雅被行政机关行政处罚、向第三方作出赔偿或补偿。 2. 代理商冒用喜马拉雅名义欺骗用户或进行虚假宣传;以喜马拉雅名义向客户收取额外的费用的，造成恶劣影响的 3. 代理商存在违反诚信行为的，包括但不限于私自发展对外以喜马拉雅名义开展业务的代理商、默许、参与存在合作关系的个人或公司发生违反代理商合作规范的、已查实违反规范而用其他方法规避处罚的。 4. 代理商代为投放向喜马拉雅隐瞒事实或不符合喜马拉雅广告代理政策的其他代理商的广告投放。 	<p>级处理，并予以警告；</p> <p>第三次违规：列入黑名单，解除合作协议，扣除当年合作所有业绩，并予以公示。</p>
未按合同约定	<ol style="list-style-type: none"> 1. 非因客户原因，代理商在与客户订立的合同或订单生效后未能向客户提供服务或未提供完整服务。 2. 代理商自行更改授权业务范围、内容或权限以误导客户；或代理商对客户做超出与喜马拉雅的合作协议约定范围的承诺。 	
违规使用商标	<ol style="list-style-type: none"> 1. 代理商未申报自行制作的物料(包括易拉宝、宣传单、宣传册等)，给喜马拉雅品牌形象造成了负面影响。 2. 代理商未申报自行开展的活动(营销会、体验会等)，给喜马拉雅品牌形象造成了负面影响。 3. 代理商经喜马拉雅平台授权但未遵守喜马拉雅品牌管理规范，给喜马拉雅品牌形象造成了负面影响。 	<p>经核实认定后，</p> <p>首次违规：予以警告；</p> <p>二次违规：予以公告；</p> <p>第三次起：列入黑名单，并予以公示。</p>

5.取证方式

对于广告代理商的违法、违规行为，喜马拉雅可用电脑截图、手机截图、喜马拉雅系统数据处理记录、文档原件、合同原件或传真、发票(收据)原件或传真、电话录音、网站内容拷屏、媒介等证明材料作为追究代理商违约责任的依据，证据的取得与核实办法包括但不限于以上法律法规允许并认可的方式。除违规的合作商依照本合作规范第七条“申诉”的规定及时提交书面申诉请求且申诉请求有理有据外，喜马拉雅核实合作商违规行为的证据并将相应违规举报告知代理商后，有权依据本合作规范进行违规处理。

6.违规追溯

针对广告代理商的投诉，一经确认的违规行为，喜马拉雅有权跨月/跨季度追溯违规代理商，最长追溯期可至违规代理商与喜马拉雅合作开始。

7.申诉

7.1.违规代理商接到违规处理通知后，违规代理商或内部业务相关部门可在3个工作日内向喜马拉雅提交包含相关申诉理由和证据的书面申诉请求(具体联系方式为: sales-report@ximalaya.com)。

7.2.违规代理商接到违规处理通知后，违规代理商或内部业务相关部门未在 3 个工作日内提出申诉请求的或未提供相反证据证明的，视为接受《喜马拉雅违规处理通知书》的处理结果。

7.3.喜马拉雅有权决定是否接受申诉。

8.其他说明

8.1.本管理规范自 2020 年 1 月 1 日起生效至下一版本发布之日止，本管理规范生效前相关政策及管理规范与本管理规范不符的，以本管理规范为准。

8.2.本管理规范通过以下网址 [【yingxiao.ximalaya.com】](http://yingxiao.ximalaya.com)：向代理商公布，代理商应当遵守本规范。。