

中国移动通信集团设计院有限公司 积分网购业务品牌授权管理细则

第一章 总则

第一条 为了保证“中国移动积分商城”的健康发展，维护中国移动整体形象，规范“中国移动积分商城”中合作商户所申报品牌的标识、形象、文字、品牌授权的使用，特制定本细则。

第二条 本办法适用于中国移动通信集团设计院有限公司（以下简称：我院）积分网购业务合作商户的品牌授权管理，包括：品牌授权文件标准、审核流程及品牌管理实施细则。根据业务差异，分为实物类和非实物类两个章节进行说明。

第二章 实物类品牌授权文件标准及审核流程

第一节 授权文件标准及相关资料

第三条 商标注册证

1. 商户提交的自有或代理的品牌，其商标须为已在国家商标局进行注册申请，并已审查通过的注册商标（已颁发正式商标注册证书）。国家商标局审核受理中的品牌（未颁发正式商标注册证书，只有《受理通知书》的品牌），则一律不予通过；

2. 商标注册所有权需归公司所有，不接受个人注册的商标；若商标注册证办理过或正在办理变更、转让、续展，请一并提供商标总局颁发的变更、转让或续展的证明或受理通知书；

3. 商标为纯图形（未带任何文字描述）的商标注册证，由品牌所有方出据商标‘标准文字描述’说明资料；

4. 中国移动全资或控股公司所提供的自有产品可不受注册商标限制。

第四条 授权要求

1. 所提交申请的品牌必须满足下述三个条件之一：

（1）该品牌属于京东商城（<http://www.jd.com>）自营品牌（带有“京东自营”标志），并提供网站链接；

（2）该品牌在天猫商城（<http://www.tmall.com>）拥有品牌旗舰店，并提供网站链接；

（3）该品牌需提供 2 个限定的 B2C 电商平台（京东、天猫、1 号店、亚马逊中国、苏宁易购、当当网、聚美优品、国美在线、唯品会、蘑菇街、美丽说）的销售链接，不接受其他电商平台的销售链接。

2. 商户所提交授权书应参考统一模板（附件 1）提供，包括但不限于：品牌名称、授权有效期限、销售渠道等；

3. 注册商标归合作商户所有的（以下简称：自有品牌），需提供商户营业执照及《中国移动积分商城品牌推荐申请表（自有品牌）》（附件 2）；

4. 代理品牌

(1) 商户需提交品牌所有方或品牌所有方出具的合法、合规授权书;

(2) 不接受单品型号的授权;

(3) 不接受限定品类的授权;

(4) 不接受区域、礼品渠道授权, 授权范围须为全国或电商渠道;

(5) 有多级授权的, 下一级授权的有效期不能超过上一级授权有效期;

(6) 国产品牌需提交商标所有方或上一级代理商的营业执照, 进口品牌需提交海关报关单及相关检验报告;

(7) 需提供商标所有方或上一级代理商盖章的《中国移动积分商城品牌推荐申请表(代理品牌)》(附件3);

5. 形象授权需注明授权使用商品范围、使用渠道、许可产品、授权期限等。

第五条 商户必须提交完整授权关系证明文件

1. 自有品牌合作商户, 提供商标注册证明、营业执照等;

2. 非自有品牌, 需提供逐级可溯源授权证明(以商标所有人为源头), 授权联系人及联系方式(在授权书上注明联系人、联系方式)。逐级授权关系不清, 授权间断的视为无效授权;

3. 所有授权证明资料必须为中文, 若为其他国家文字资料, 必须一同提交第三方专业翻译公司盖章的翻译件;

4. 化妆品类(国产、进口)、食品类、珠宝配饰类、健康保健(生活保健、营养品、急救卫生)、母婴类等特殊行业代理商, 提供的授权

链条级数不得超过三级，品牌商体系内（控股或全资子公司）之间授权可视为同一层级。

第六条 授权有效期起止日期不得小于一年，商户有义务在授权书有效期届满前 30 日向我院电商事业部提交新品牌授权，若不按时提交，电商事业部有权在期满前 3 天下架该品牌产品；

第七条 品牌授权文件清单及要求：

1. 文件中所有出现的‘品牌名称’必须与商标注册证上的品牌名称一致；

2. 文件中应包括但不限于下列文件的电子扫描件（JPG 格式，单个文件小于 1MB）：

（1）《商标注册证》及相关延展、变更申请受理书等；

（2）《附件 1：实物类品牌授权书》；

（3）《附件 2：实物类品牌推荐申请表》；

（4）完整的授权关系证明文件；

（5）品牌所有方或上一级代理商的营业执照；

3. 上述资料加盖公章后的纸质文件；

4. 品牌名称要求：

（1）品牌名称需严格采用该品牌官方描述名称，包括品牌中的中文描述、英文字符的大小写以及字符之间的符号（如两个单词间的空格有且仅有一个），品牌应提报其全称，不得提报简称。如商标注册证中名称为繁体，以国家商标网中显示名称为准。

（2）对于没有明确官方描述的英文名称，品牌采用每个单词首字

母大写，单词的其他字母小写方式提报。英文品牌所有字符（含非字母字符）皆须是在英文半角状态下输入的字符，不能出现在中文状态下或全角字符状态下输入的字符，中文与英文品牌的分隔符“(”和“)”在中文状态下除外。

（3）品牌同时有英文与中文名称时，格式：中文（英文）；中英文顺序不能颠倒，必须以“()”进行分隔；品牌同时有英文与中文名称时，中英文品牌不可单独出现。同一品牌有且只有一个品牌名称，即官方发布的品牌；不能使用别称、简称。

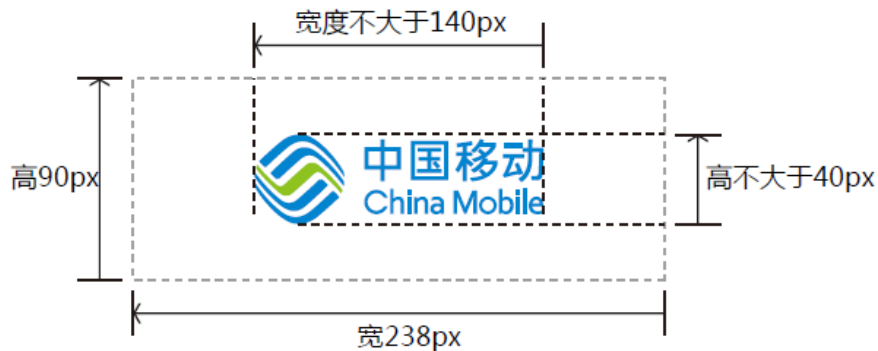
1. 商户提交新品牌授权资料时，需一同提交品牌 LOGO 的 JPG 格式文件。JPG 格式要求如下：

（1）图片尺寸：238 x90 px

（2）要求白底无边框，上下左右均居中。

LOGO尺寸规范

横向示例：横向LOGO尺寸规范，LOGO高度不大于40px，宽度不大于140px。



竖向示例：竖向LOGO尺寸规范，LOGO高度不大于60px，宽度等比。



2. 合作商户提交开通品牌的所属类目，须在电商业务合作协议的签约类目范围内；

3. 合作商户需通过中国移动积分管理后台提交新增、延期品牌授权文件的电子版，且须严格按照相关要求填写、整理提交，格式或内容有误一律退回重新提交。

第二节 授权文件的审核及相关流程

第八条 品牌授权管理，为避免差别化解释风险，设置‘品牌授权管理员’对合作商户所提交的品牌资质及授权文件的合法性、真实性、有效性进行审核；

第九条 品牌授权审核依据及审核方式：

1. 在国家商标网复核商标注册信息；
2. 审核授权链条的完整性；
3. 根据上述 “授权文件标准及相关资料”，逐级审核授权内容、授权截止时间。以及母婴、食品、化妆品等特殊行业的相关资质、检测报告等；
4. 授权书中 “授权方联系人” 必须为授权公司人员，“授权方联系电话” 须保证畅通，方便我司查验。
5. 一旦发现虚假信息，立即停止该商户的入驻申请或合作。

第十条 “品牌授权管理员” 通过新商家管理后台受理合作商户提交的新品牌及品牌延期授权文件，进行审核；

第十一条 新商家管理后台审核通过后，由后台管理人员在积分统一管理平台完成开通。上述授权审核及品牌开通在 10 个工作日内完成；

第十二条 品牌授权审核结果记录在新商家管理后台中，商户通过管理后台查看；

第十三条 商户所提交的品牌授权文件及相关文档，应包括文件的电子版扫描件（JPG 格式）及加盖公章后的纸质文档。并由品牌授权管理员按月整理、收入商户档案中。

第三节 品牌管理

第十四条 品牌所有方：品牌所有方应为商标注册证中“注册人”。如品牌为集团公司所有，其授权的下属销售公司或子公司（全资或控股）同样可视为品牌所有方。

第十五条 只有品牌所有方有资格出具“唯一”或“独家”等排他性授权，“独家”或“唯一”授权自开出之日起6个月之内不得撤销或更改。

第十六条 商户总体开通有效品牌数量的最大值为25个（即按商户考核成绩的最高成绩A所对应的最大在线SPU数量的50%，开通有效品牌数量为25个）。

第十七条 商户品牌冲突处理办法

1. 两家或两家以上商户同时拥有同一品牌的“独家”或“唯一”授权时：

（1）商户所持有的授权均为品牌所有方开具的真实授权，则该品牌所有商品暂时进行全部下架处理，由品牌所有方出具正式函件，收回以往所开具的相关授权，经确认后给予合规授权商户商品恢复上线；

（2）品牌所有方出具正式函件，说明商户持有授权为虚假授权，则参照商户严重违规管理相应条款进行处理。

2. 两家或两家以上商户同时拥有同一品牌授权，当其中一家提交“独家”或“唯一”授权时，则该品牌所有商品暂时进行全部下架处理，待品牌所有方出具正式函件，收回以往所开具的相关授权，经确认后给予合规授权商户商品恢复上线。

第十八条 商户品牌退出机制

1. 当品牌授权到期，如商户未提供授权延期申请，将自动取消商户该品牌的有效授权。

2. 商户主动提出品牌退出申请，由品牌授权管理员取消商户该品

牌的有效授权。

第十九条 商户必须在品牌审核通过后 10 个工作日内，将品牌申请资料原件（纸质版）提交（快递以签收日期为准）至积分网购部品牌审核员归档。

1. 如超过 10 个工作日未提交品牌申请资料原件（纸质版）或原件与电子版提交资料不一致时（盖章位置等），将关闭此品牌，相关商品做下线处理。

2. 在品牌关闭后 10 个工作日内，商户须提供由品牌所有方出具的说明函件，解释未提交原件（纸质版）或原件与电子版提交资料不一致的原因，如超过 10 个工作日将暂停该商户一切品牌审核工作，且商户所有商品做临时下线处理，直至收到真实有效的解释说明函后予以恢复上线。

第三章 非实物类品牌授权文件标准及审核流程

第一节 授权文件标准及相关资料

第二十条 商标注册证

1. 合作商户提交的自有或代理的品牌，如品牌商标已在国家商标局进行注册申请，并已获得正式商标注册证书。需提供商标注册证副本并加盖公章。

2. 合作商户提交的自有或代理的品牌，如处于国家商标局审核受理中（未颁发正式商标注册证书，只有《受理通知书》），需提供《受理通知书》原件的扫描件，并由申请商标的公司加盖公章，且合

作商户必须及时反馈商标注册的最终申请结果。

3. 商标注册所有权需归公司所有，不接受个人注册的商标。

若最终申请结果已通过，则合作商户须向我方及时提供商标注册证扫描件，并由商标持有公司加盖公章；若最终申请结果未通过，合作商户须将信息及时反馈至我司，我司将对该商户商品及时下架，避免法律纠纷。

若合作商户没有将未通过注册申请的真实信息及时告知我方，一经查出，将立刻下架该合作商户对应品牌的产品，并于三年内拒绝该合作商户任何新增的合作，且由此产生的所有经济损失、法律纠纷等均由该合作商户承担。

4. 若商标注册证办理过或正在办理变更、转让、续展，需一并提供商标总局颁发的变更、转让或续展的证明或受理通知书

5. 商标为纯图形（未带任何。文字描述）的商标注册证，由品牌所有方出据商标‘标准文字描述’说明资料。

6. 中国移动全资或控股公司所提供的自有产品可不受注册商标限制。

第二十一条 授权要求

本授权要求仅面向代理品牌合作商户，自有品牌商户无需提供。

1. 合作商户所提交的品牌授权书，应参考附件六《中国移动积分商城品牌推荐申请表（非实物类-代理品牌）》模板；如无法提供，则需要授权书、合作协议等文件中对品牌授权加以明确。

2. 若合作商户为多层代理中的下游代理，需提供可追溯至以商标

所有人为源头的逐级授权文件，授权文件形式可参考但不限于附件六：《中国移动积分商城品牌推荐申请表（非实物类-代理品牌）》、授权书、合作协议等。

3. 若合作商户须在积分合作中展示品牌代言形象，则须提供形象授权，须注明授权使用商品范围、使用渠道、许可产品、授权期限等。

4. 如品牌方有自己固定的模板，只要内容描述涵盖了我院可使用其品牌名称、形象等出现在中国移动各渠道，经电商事业部法务人员确认后也可以不必采用附件模板。

第二十二条 商户必须提交完整授权关系证明文件

1. 自有品牌合作商户，须提供商标注册证或商标注册申请《受理通知书》、营业执照等完整材料；

2. 非自有品牌，须提供逐级可溯源授权证明（以商标所有人为源头）。若逐级授权关系不清，授权间断的视为无效授权；

3. 所有授权证明资料必须为中文，若为其他国家文字资料，必须一同提交第三方专业翻译公司盖章的翻译件；

第二十三条 合作商户有义务在授权书有效期届满前 30 日向我院电子商务运营事业部提交新的品牌授权书。授权到期，积分平台将自动下架该品牌产品。

第二十四条 品牌授权文件要求：

1. 文件中所有出现的‘品牌名称’必须与商标注册证上的品牌名称一致；

2. 合作商户提交的电子版品牌授权材料及证明，均需加盖相应公

司公章，即原品牌公司的材料需加盖原品牌公司公章，合作商户对所有材料均需加盖合作商户公司公章；并需于后续提交纸质版。

3. 上述所有资料均需提供加盖公司公章的彩色电子扫描件，且须为 JPG 格式，单个文件小于 1MB；

4. 品牌名称要求：

同第七条。

5. 品牌 LOGO 格式要求：

同第七条。

6. 合作商户需提交延期品牌授权文件，且须严格按照相关要求填写、整理提交，格式或内容有误一律退回重新提交。

第二节 授权文件的审核及相关流程

第二十五条 品牌授权管理，为避免差别化解释风险，由品牌审核员对合作商户所提交的资质及授权文件的合法性、真实性、有效性进行审核；在合作期间，合作商户新增的品牌申请需提交相关品牌授权材料由品牌审核员受理并审核。

第二十六条 品牌授权审核依据及审核方式：

1. 在国家商标局查询商标注册信息是否真实存在；

2. 审核授权链条的完整性；

3. 根据上述授权文件标准及相关资料，逐级审核授权内容、授权截止时间；

4. 品牌推荐申请表中“授权方联系人”必须为授权公司人员，“授权方联系电话”须保证畅通，方便我司查验；

5. 一旦发现虚假信息，立即停止该商户的入驻申请或合作。

第二十七条 审核通过的品牌由运营管理人员在积分统一管理平台完成品牌开通。

第二十八条 商户所提交的品牌授权文件及相关文档，应包括文件的电子版扫描件（JPG 格式）及加盖公章后的纸质文档。并由品牌审核员整理归档；

第三节 品牌管理

第二十九条 品牌所有方：品牌所有方应为商标注册证中“注册人”。如品牌为集团公司所有，其授权的下属销售公司或子公司（全资或控股）同样可视为品牌所有方。

第三十条 只有品牌所有方有资格出具“唯一”或“独家”等排他性授权。“独家”或“唯一”授权自开出之日起 6 个月之内不得撤销或更改，

第三十一条 商户品牌冲突处理办法

1. 只有品牌所有方有资格出具“唯一”或“独家”等排他性授权，“独家”或“唯一”授权自开出之日起 6 个月之内不得撤销或更改。

如同品牌的合作商户中有原品牌方，需由原品牌方确定与我方合作的主体。

申报品牌的“唯一”或“独家”授权有效期，自提交申请之日起至少还有 90 日以上（含）。

注：本条仅适用于品牌注册人和产品所有者为同一商家。

2. 两家或两家以上合作商户同时拥有同一品牌的“独家”授权或

同时拥有“唯一”授权时：

合作商户所持有的授权均为品牌所有方开具的真实授权，则商务经理反馈至原品牌方，由品牌所有方出具正式函件，收回以往所开具的相关授权，或者重新明确真实有效的独家/唯一授权后，我方将允许合规授权商户参加入驻评审。

品牌所有方出具正式函件，说明某合作商户持有授权为虚假授权，我方将立刻终止与该合作商户对应品牌的合作。

3. 两家或两家以上合作商户同时拥有同一品牌授权，当其中一家提交“独家”或“唯一”授权时，我司将与提供“独家”或“唯一”授权的商户合作。如普通授权品牌产品已在线，则普通授权品牌产品在“独家”或“唯一”授权的商户上线时进行下线。

对于货币属性强的产品或特殊行业，我院有权不做授权排他认定，选择多家合作或选择报价、提供资源对我院最有利的一方合作。

4. 不涉及“独家”或“唯一”授权商户的处理办法：

定义：两家或两家以上合作商户同时拥有同一品牌普通授权。

若产品有所不同或使用场景不同，则不触发竞品规则，各自参加入驻管理。

若产品及使用场景完全重叠：则适用于竞品规则。

第三十二条 商户必须在品牌审核通过后 10 个工作日内，将品牌申请资料原件（纸质版）提交至积分网购部品牌审核员归档。

第三章 附则

第三十三条 商户未按本管理办法、要求提交品牌授权资料，新增

品牌或延期品牌不予以审核通过。

第三十四条 合作商户应对其所提交的品牌资质及授权文件的合法性、真实性、有效性负责。若对授权文件进行虚假伪造，包括但不限于：商标注册证、授权链中逐级授权文件、特殊商品的海关报关单、商品检验检测报告等。一经查出虚假信息，将立刻下架该商户对应品牌的所有产品，并于三年内拒绝该商户任何新增的合作，且由此产生的所有经济损失、法律纠纷等均由商户承担。

第三章 附则

第三十五条 商户未按本管理办法、要求提交品牌授权资料，新增品牌或延期品牌不予以审核通过。

第三十六条 合作商户应对其所提交的品牌资质及授权文件的合法性、真实性、有效性负责。若对授权文件进行虚假伪造，包括但不限于：商标注册证、授权链中逐级授权文件、特殊商品的海关报关单、商品检验检测报告等。一经查出虚假信息，将立刻下架该商户对应品牌的所有产品，并于三年内拒绝该商户任何新增的合作，且由此产生的所有经济损失、法律纠纷等均由商户承担。

第三十七条 本细则在 <http://www.cmbuy.cn/> 平台进行发布，告知合作商户。由电子商务运营事业部负责解释。

第三十八条 本细则自正式发布起开始执行。原《积分网购业务管理规范-商户品牌授权管理细则》(移设院行〔2017〕71号)同时废止。

附件一：实物类品牌授权书

编号：

品牌授权书

致：中国移动通信集团设计院有限公司

兹授权公司名称为我司品牌名称牌 XXX (此处填写代理商级别如：独家、指定、合约、唯一、一级、二级等相关内容) 代理商，全权代理我司产品在中国移动通信集团设计院有限公司运营的中国移动积分商城 <http://jf.10086.cn>、中国移动团购平台 <http://tuan.cmbuy.cn> 的销售，其销售的我公司产品，均可享受授权方各项售后服务政策。

授权有效期：XXXX 年 XX 月 XX 日起至 XXXX 年 XX 月 XX 日止。

特此授权！

授权方联系人：

授权方联系人电话：

授权方联系人电子邮件地址：

授权公司：

(盖章)

年 月 日

附件二—1：自有品牌推荐申请表

中国移动积分商城品牌推荐申请表

中国移动通信集团设计院有限公司：

我司(XXXX公司)为XXXX品牌的所有方,为更好地配合中国移动积分商城,方便客户找到品牌产品,体现品牌合作价值,现特向贵司申请XXXX品牌及产品在贵司积分商城传播活动中的予以推荐与呈现。传播渠道包含但不限于:

- 1、 贵司所有营业渠道;
- 2、 贵司制作的传播物料;
- 3、 贵司制作的广播广告;
- 4、 贵司所有的客户网站、短信、彩信、邮件;
- 5、 贵司积分计划统一平台(jf.10086.cn)。

上述传播渠道的范围由贵司最终确定。

就上述积分计划传播合作,我司做出承诺如下:;

1、就XXXX品牌及产品,我司已在本申请表生效前获得品牌及产品权利所有人的合法性,贵司有权在上述传播渠道中以任何方式使用XXXX品牌的商标、标识及其他知识产权。

2、我司在中国移动积分商城的产品均符合国家有关法律法规规定的质量要求,并符合相关行业标准。如因产品质量原因导致包括违约、侵权在内的任何形式的争端及诉讼纠纷,我司承担一切法律责任。

3、虽存在上述合作,我司不得在任何自有宣传渠道中侵犯贵司的知识产权。

4、除非出于合作需要并经贵司事前书面同意,我司不以任何形式使用或向

第三方披露在合作过程中了解到的贵司的商业秘密。

5、在品牌推荐及传播过程中，我司尊重并接受贵司相关安排及调整。

xxxx 公司（公章）

年 月 日

附件二—2：代理品牌推荐申请表

中国移动积分商城品牌推荐申请表

中国移动通信集团设计院有限公司：

我司（xxxx 公司）为 xxxx 品牌的所有方/或使用方，授权（xxxxxx 公司）作为我司品牌在中国移动积分商城的代理商，代理/提供 xxxx 品牌的相关产品，为更好地配合中国移动积分商城，方便客户找到品牌产品，体现品牌合作价值，现特向贵司申请 xxxx 品牌及产品在贵司积分商城传播活动中的予以推荐与呈现。

传播渠道包含但不限于：

- 1、 贵司所有营业渠道；
- 2、 贵司制作的传播物料；
- 3、 贵司制作的广播广告；
- 4、 贵司所有的客户网站、短信、彩信、邮件；
- 5、 贵司积分计划统一平台（jf.10086.cn）。

上述传播渠道的范围由贵司最终确定。

就上述积分计划传播合作，我司做出承诺如下：；

1、就 xxxx 品牌及产品，我司已在本申请表生效前获得品牌及产品权利所有人的合法性，贵司有权在上述传播渠道中以任何方式使用 xxxx 品牌的商标、标识及其他知识产权。

2、我司在中国移动积分商城的产品均符合国家有关法律法规规定的质量要求，并符合相关行业标准。如因产品质量原因导致包括违约、侵权在内的任何形式的争端及诉讼纠纷，我司承担一切法律责任。

3、虽存在上述合作，我司不得在任何自有宣传渠道中侵犯贵司的知识产权。

4、除非出于合作需要并经贵司事前书面同意，我司不以任何形式使用或向第三方披露在合作过程中了解到的贵司的商业秘密。

5、在品牌推荐及传播过程中，我司尊重并接受贵司相关安排及调整。

XXXX 公司（公章）

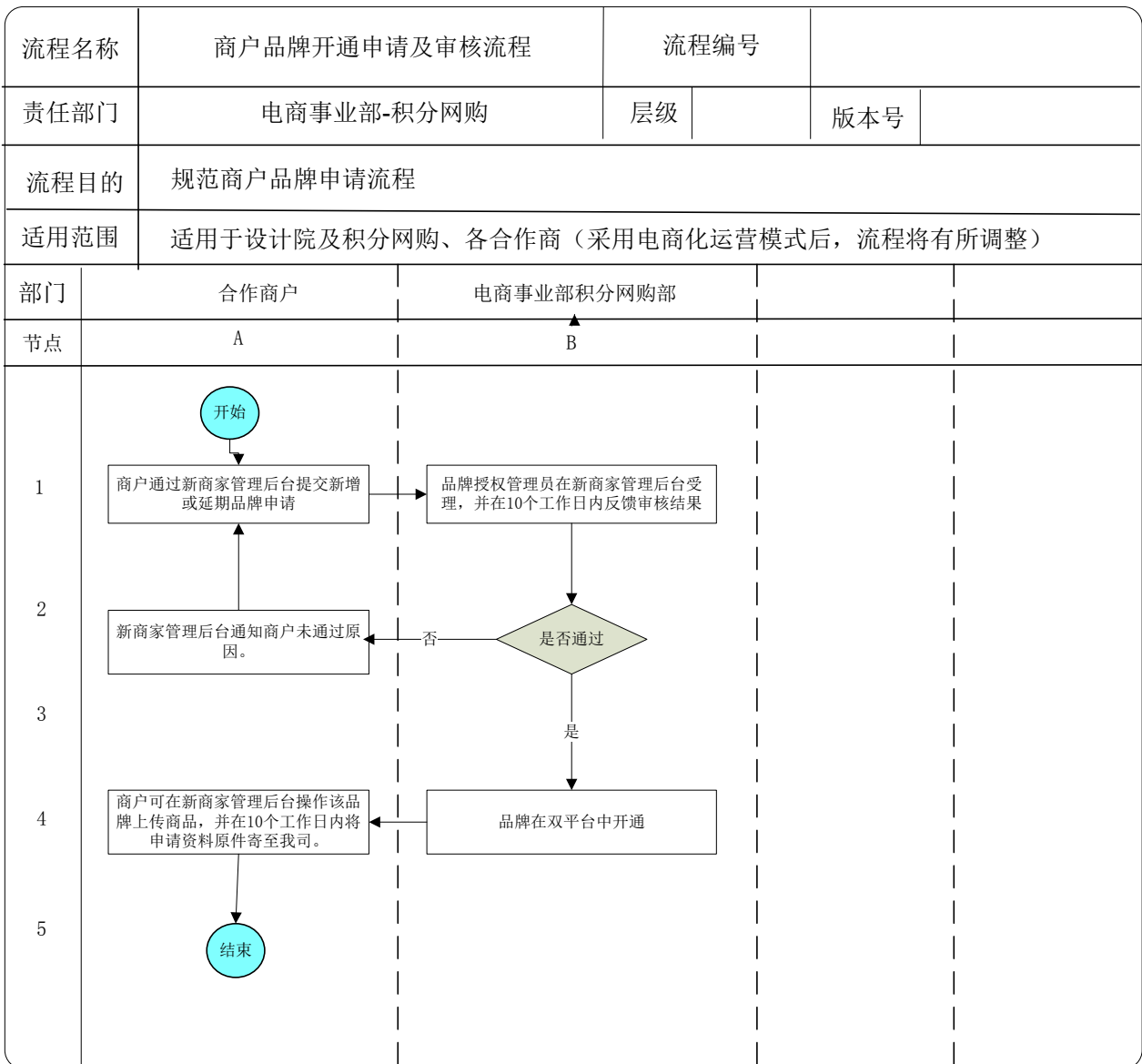
年 月 日

附件三：新增品牌与类目申请表



品牌管理-新增品牌
与类目申请表20170

附件四：实物类商户品牌开通申请及审核流程关键控制点说明



关键点	关键点价值	负责岗位	工作要求
品牌审核	确保品牌审核客观公正	电子商务运营事业部	1. 严格按照管理规范审核品牌； 2. 从多维度核查商户提交资料的真实性。
品牌未通过	确定品牌未通过原因	电子商务运营事业部	1. 用简洁，易懂的语言叙述品牌未通过原因，方便商户理解； 2. 提出修改建议。
品牌开通及归档	确保整个流程留痕，有依据可查	电子商务运营事业部	1. 完成品牌在双平台的开通； 2. 及时对商户提交的电子版、纸质版文件进行归档，并对纸质版文件进行核查。

附件六：中国移动积分商城品牌推荐申请表（非实物类-代理品牌）

中国移动积分商城品牌推荐申请表
（非实物类-代理品牌）

中国移动通信集团设计院有限公司：

我司（授权公司名称）为 xxxx 品牌的 所有方 / 使用方，授权（被授权公司名称）作为我司品牌在中国移动积分商城的代理商，代理/提供 xxxx 品牌的相关产品。为更好地配合中国移动积分商城，方便客户找到品牌产品，体现品牌合作价值，现特向贵司申请 xxxx 品牌及产品在贵司积分商城传播活动中的予以推荐与呈现。传播渠道包含但不限于：

1. 贵司所有营业渠道；
2. 贵司制作的传播物料；
3. 贵司制作的广播广告；
4. 贵司所有的客户网站、短信、彩信、邮件；
5. 贵司积分计划统一平台（jf.10086.cn）。

上述传播渠道的范围由贵司最终确定。

就上述积分计划传播合作，我司做出承诺如下：

1、就 xxxx 品牌及产品，我司已在本申请表生效前获得品牌及产品权利 所有人 / 使用人的合法性，贵司有权在上述传播渠道中以任何方式使用 xxxx 品牌的商标、标识及其他知识产权。

2、 我司 / 我司代理的（品牌所有方公司名称）在中国移动积分商城的产品均符合国家有关法律法规规定的质量要求，并符合相关行业标准。如因产品

质量等原因导致包括违约、侵权在内的任何形式的争端及诉讼纠纷，我司承担一切法律责任。

3、虽存在上述合作，我司亦承诺不在任何自有宣传渠道中侵犯贵司的知识产权。

4、除非出于合作需要并经贵司事前书面同意，我司不以任何形式使用或向第三方披露在合作过程中了解到的贵司的商业秘密。

5、在品牌推荐及传播过程中，我司尊重并接受贵司相关安排及调整。

授权方联系人：

授权方联系电话：

XXXX 公司（公章）

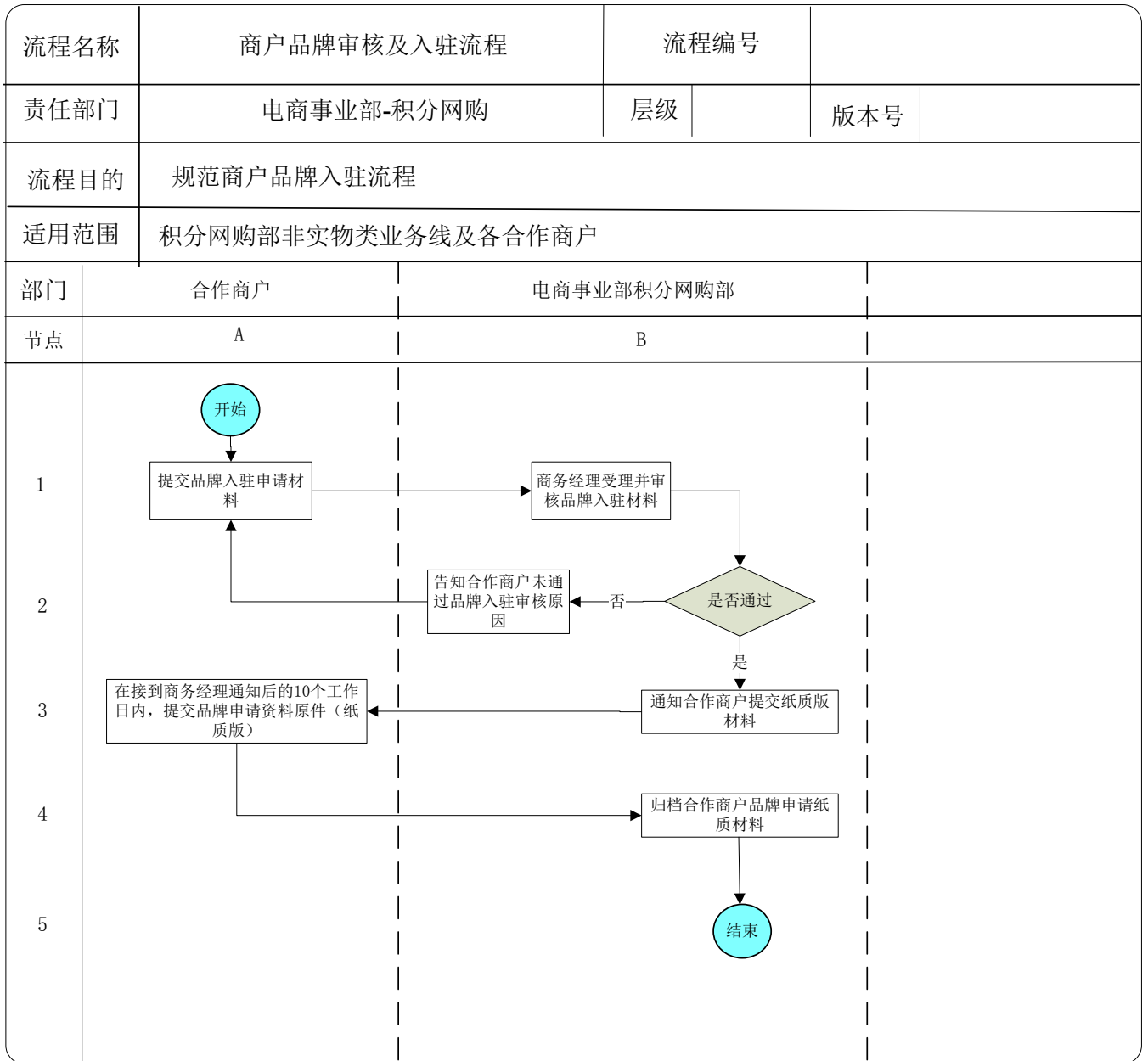
年 月 日

【填写说明】：

1. 本品牌推荐申请表模板，适用于代理品牌合作商户。
2. 合作商户可将此模板提供给原品牌方，请原品牌方为其入驻中国移动积分商城开具销售及品牌商标使用授权；若合作商户为多层代理中的下游代理，需以商标所有人为源头，逐级开具本推荐表，以确保授权链条完整。
3. 方块符号处需勾选。
4. 灰色字体为提示，请按提示填写相应内容。

5. “授权方联系人”必须为授权公司人员，“授权方联系电话”须保证畅通，方便我司查验。

附件七：商户品牌入驻申请及审核流程



附件八：非实物类商户品牌资料审核及入驻流程关键控制点说明

关键点	关键点价值	负责岗位	工作要求
品牌审核	确保品牌审核客观公正	电子商务运营事业部	1. 严格按照管理规范审核品牌； 2. 从多维度考核商户提交资料的真实性。

品牌审核未通过	确定品牌审核未通过原因	电子商务运营事业部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 用简洁，易懂的语言叙述品牌审核未通过原因，方便商户理解； 2. 提出修改建议。
品牌入驻及归档	确保整个流程留痕，有依据可查	电子商务运营事业部	及时对商户提交的电子版、纸质版文件进行归档