

【公司发文】腾讯社交广告平台 SMB 服务商渠道返货返点政策

一、目的

为建立合理、健康的互联网广告生态圈，适应社交广告市场规模的高速增长，向腾讯社交广告平台服务商提供扶持和激励，引导其积极、合理、依约拓展客户，提高广告投放消耗，特制定本政策。

二、适用范围

- 2.1. 本政策适用于在腾讯社交广告平台上投放广告的 SMB 服务商（除特别指定外）。
- 2.2. 本政策仅针对腾讯社交广告平台的广告产品（仅限广点通系统及微信广告系统），且不同销售渠道管理的服务商产生的广告消耗不能累量（即不可以累计计算现金消耗）。
- 2.3. 腾讯社交广告平台为腾讯社交广告平台返货返点政策的唯一发布渠道，其他任何渠道发布的腾讯社交广告平台的返货返点政策均不具有有效性。
- 2.4. 腾讯社交广告平台发布的针对其他相关产品的返货返点政策可作为本政策的补充，对服务商具有同等法律效力。
- 2.5. 腾讯社交广告平台有权对本政策进行解释并根据自身运营需求调整或制定新的政策，新制定的政策一经公布即生效，并取代旧的政策。

- 2.6. 腾讯社交广告平台有权对服务商账户实施监督管理，并对问题账户进行审查、追责。一经查实问题账户存在违规行为，腾讯将有权依约或依法追究违规服务商的责任，并有权暂时或永久停止与违规服务商合作。
- 2.7. 消耗金额仅指现金充值部分的消耗，不包括现金以外的消耗（包括但不限于虚拟金的消耗等）。
- 2.8. 本返货政策自 2018 年 1 月 1 日起执行，有效期至 2018 年 12 月 31 日止。

三、返货细则

3.1. 政策结构

B：季度基础激励
T：年度增长激励

3.2. 具体政策

	季度基础激励 (Basic)	年度增长激励 (Target) (SMB 渠道)																		
梯度(计算方式)	<p>采用超额累进计算方法</p> <table><tr><th>季度现金消耗量</th><th>返货比例</th></tr><tr><td>4.5 亿<X</td><td>9.00%</td></tr><tr><td>2 亿<X≤4.5 亿</td><td>7.50%</td></tr><tr><td>1 亿<X≤2 亿</td><td>7.00%</td></tr><tr><td>4000 万<X≤1 亿</td><td>6.00%</td></tr><tr><td>1000 万<X≤4000 万</td><td>5.50%</td></tr><tr><td>350 万<X≤1000 万</td><td>5.00%</td></tr><tr><td>50 万<X≤350 万</td><td>4.00%</td></tr><tr><td>6 万<X≤50 万</td><td>3.00%</td></tr></table> <p>计算示例：季度现金消耗金额 550 万，则可获得返货 =6*0%+44*3%+300*4%+200*5%=23.32 万</p>	季度现金消耗量	返货比例	4.5 亿<X	9.00%	2 亿<X≤4.5 亿	7.50%	1 亿<X≤2 亿	7.00%	4000 万<X≤1 亿	6.00%	1000 万<X≤4000 万	5.50%	350 万<X≤1000 万	5.00%	50 万<X≤350 万	4.00%	6 万<X≤50 万	3.00%	<ul style="list-style-type: none">● 新开服务商：<ul style="list-style-type: none">✓ 2017 年第四季度新引入且 2017 年度现金消耗不满 200 万的服务商，以及本年度一、二季度新引入的服务商，本年度现金消耗门槛为 500 万；➢ 1000 万<本年度现金消耗，可直接获得 2.00%返货比例；➢ 500 万<本年度现金消耗≤1000 万，可直接获得 1.50%返货比例；✓ 本年度第三、四季度新引入的服务商，本年度现金消耗金额门槛为 250 万；➢ 500 万<本年度现金消耗，可直接获得 2.00%返货比例；➢ 250 万<本年度现金消耗≤500 万，可直接获得 1.50%返货比例；● 老服务商：本年度服务商现金消耗 > 1200 万方可参与年度增长激励；✓ 返货比例=年度现金消耗增长率/100，返货比例最高不得超过 5%；● 定义：<ul style="list-style-type: none">✓ 返货额=服务商本年度现金消耗*返货比例；✓ 年度现金消耗增长率=(本年现金消耗-去年现金消耗)/去年现金消耗；
季度现金消耗量	返货比例																			
4.5 亿<X	9.00%																			
2 亿<X≤4.5 亿	7.50%																			
1 亿<X≤2 亿	7.00%																			
4000 万<X≤1 亿	6.00%																			
1000 万<X≤4000 万	5.50%																			
350 万<X≤1000 万	5.00%																			
50 万<X≤350 万	4.00%																			
6 万<X≤50 万	3.00%																			
返到	服务商账户	服务商账户																		
累量	<ul style="list-style-type: none">● 同一服务商在腾讯社交广告平台多个系统（如微信广告系统，广点通系统，Adx）均有现金消耗的，服务商仅可申请各系统中的一个账户与其他系统的账户进行	以服务商主体维度计算；																		

	<p>合并累量计算返货比例，并按在各系统上的消耗比例进行总返货额分摊回各系统上相应账户；</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 同一账户系统内不同账户不能累量，比如服务商在广点通系统开设了两个账户，则这两个账户不可以累量； ● 均不与使用腾讯其他任何产品、服务产生的消耗合并计算返货（点）； 	
计算范围	<p>1、仅限服务商账号账户下现金消耗（不含返货、赠送金等虚拟金）；</p> <p>2、服务商账号账户下子客因广告违规被封停，则子客账户在被封停当季产生的全部现金消耗不计算返货返点；</p>	<p>1、服务商主体维度现金消耗（不含返货、赠送金等虚拟金）；</p> <p>2、上年度：指 2017 年 1 月 1 日起至 2017 年 12 月 31 日止；上年度现金消耗范围：服务商主体维度下子客现金消耗；</p> <p>3、本年度：指 2018 年 1 月 1 日起至 2018 年 12 月 31 日止；</p> <p>本年度现金消耗：指服务商主体维度下子客现金消耗，扣除每个季度被封停子客在被封停当季度产生的全部现金消耗；</p> <p>服务商转移子客（指子客在不同服务商之间转移），子客转移后当季产生的消耗不计入增长消耗中，腾讯将在年底将每个季度剔除金额加总并从服务商年度消耗中扣除；</p>
返货 or 返点	朋友圈返点（如有特殊申请可改返货），非朋友圈返货；	朋友圈返点（如有特殊申请可改返货），非朋友圈返货；
特殊情况	需走特殊审批流程；	需走特殊审批流程；
返货周期	季度后第一个月	次年第三个月

3.3. 结算及支付

- 1) 结算和支付周期以 3.2 具体政策为准，返货将以虚拟金形式发放至服务商社交广告平台对应账户，返点将以现金方式发放至服务商银行账户。
- 2) 结算和支付的前提是服务商在腾讯所有广告款项全部结清，且无违法违规事项或其他待处理事项（如投诉）等。服务商应当在约定期限内结清付款，如遇公休日或节假日，还款截止期限不予顺延。

四、罚则

服务商应遵守法律法规及腾讯社交广告平台的相关规定、规则，并对其拓展客户（子客广告主）进行培训、管理、引导，以保证子客广告主投放的广告合法合规并且符合腾讯社交广告平台相关规则的要求，服务商对此负有监管和连带责任。如发生服务商违规或子客广告主投放违规行为，腾讯社交广告平台有权对服务商及子客广告主进行相应处罚。

4.1. 子客广告主违规

4.1.1 服务商子客广告主因违规被封停账户，封停账户当季度产生的全部现金消耗将不会被计入返货返点消耗总额中，具体扣除方式，计算范围，详见 3.2 具体政策部分。

4.1.2 服务商子客广告主违规，服务商需承担管理责任，腾讯社交广告平台将对服务商进行相应处罚，具体处罚方式见《腾讯社交广告平台服务商管理规范》。

4.1.3 服务商前季所获得但还未支付的返货返点，不受当季返货返点期间子客违规影响，仍将正常支付。

4.2.服务商违规

4.2.1 服务商违规情形：

- (1) 为获取子客广告主而恶意向客户或第三方提供回扣；
- (2) 恶意新开服务商或子客广告主账户；
- (3) 恶意提供虚假证明资料或信息；
- (4) 其他恶意违反腾讯社交广告平台规则及服务商管理规范的行为。

4.2.2 服务商违规处罚：

服务商违规，将暂停服务商返货返点计算及发放，腾讯社交广告平台将根据违规严重程度，采取相应处罚措施（单独适用或数条并罚）：（1）扣除直至取消已经产生或即将产生的返货返点相应金额；（2）前季所获得但还未支付的返货返点，予以扣除不再支付；（3）保留进一步追究违规责任并处罚的权利。

（以下无正文）