

[此处是 IO 名称]

对于以下国家或地区有效:

# IBM PartnerWorld 补充条例

## 市场营销资金附件

IBM PartnerWorld 共同投资的营销活动是否获批，取决于业务合作伙伴是否接受以下协议中指定的条款和条件：

- 1) 本 IBM PartnerWorld 市场营销资金附件（“附件”，请参见附录 C）补充协议，
- 2) 附件和
- 3) IBM PartnerWorld 协议（统称为“协议”）。

如果存在冲突，那么该补充条例的条款和条件优先于附件。业务合作伙伴接受补充协议的条款时就表示业务合作伙伴同样接受该协议的条款。通过在线接受这些条款，就表示业务合作伙伴的代表确认他/她有权使该业务合作伙伴受到这些条款的约束。业务合作伙伴必须亲自接受这些条款，而不得委托代理或任何其他方承担此责任。

### 目录：

1.0	简介、首字母缩略词/定义、联合市场营销资金、代理机构和范围 .....	1
2.0	无影响需求生成营销活动 .....	2
3.0	活动需求生成营销活动.....	4
4.0	所有市场营销活动（活动、非影响活动和其他） .....	6
4.1	不可报销费用 .....	6
4.2	导致整个报销申请失去资格的行动 .....	6
5.0	开支限制 .....	10
6.0	提交 MAP 和报销申请 .....	10
7.0	付款 .....	12
8.0	常规条款 .....	13
附录 A:	首字母缩略词和定义 .....	14
附录 B:	活动认证 .....	15
附录 C:	IBM PartnerWorld 协议 - 市场营销资金附件 .....	16

### 1.0 简介、首字母缩略词/定义、联合市场营销资金、代理机构和范围

1.1 **简介:** IBM 的联合市场营销产品在为 IBM 及其业务合作伙伴生成业务的过程中扮演重要的核心角色。联合市场营销资金可用于各种策略，包括 IBM 通过数字内容市场营销 (DCM) 工具提供的可供业务合作伙伴按照其独一无二的需求加以定制的“准备执行”市场营销活动以及长期策略（例如，广告、数字营销、直接营销、客户会议和贸易展）。IBM 鼓励其业务合作伙伴使用可用资金来生成需求并增加销售额。这些条款和条件设置了适用于业务合作伙伴对市场营销资金使用的规则。IBM 希望其业务合作伙伴能够成功使用此类资金并确保谨慎遵循这些规则来寻求商机、实现成功。

1.2 **首字母缩略词和定义:** 请参阅附录 A: 首字母缩略词和定义，以获取本补充条例中使用的条款中的首字母缩略词和定义的列表。

- 1.3 **联合市场营销资金的使用**：业务合作伙伴只能在符合法律要求以及协议条款（包括业务合作伙伴行为准则以及这些条款和条件）的前提下使用符合条件的资金。例如，这些职责包括：确保业务合作伙伴向 GOE 员工提供的所有业务招待馈赠根据所有适用法律都是合法的，这些法律包括适用的当地或政府机构的法规和道德规范以及反贿赂法（例如，《美国反海外腐败法》）。
- 1.4 **IBM 资金**：IBM 资助的市场营销活动必须生成对于 IBM 产品或服务的需求。此外：
- A. IBM 与业务合作伙伴分摊市场营销策略的成本，报销费率基于“激励计划 (Incentive Offering)”中所指定的费率，并且遵循其中所设置的限制。
  - B. 如果未得到 IBM 的事先批准，业务合作伙伴不得利用 IBM 根据任何其他市场营销、促销或激励计划所提供的资金来支付这些成本。
  - C. 在事先获得 IBM 书面批准的情况下，IBM 将报销业务合作伙伴促销 IBM 和 IBM 竞争对手产品和技术的活动费用，报销将按照 IBM 产品和技术所占百分比支付。
- 1.5 **IBM 联合市场营销代理机构**：只要业务合作伙伴依靠代理机构来应对本补充协议下规定的业务合作伙伴的义务，业务合作伙伴就将负责确保该代理机构完全遵守这些义务。此外，为清楚起见，
- (i) 代理机构严格代表业务合作伙伴采取行动，
  - (ii) IBM 对代理机构的任何行动或行动失败不负责任，并且
  - (iii) 业务合作伙伴就所有行动和行动失败对 IBM 负责。业务合作伙伴放弃就代理商的此类行动于当前或将来向 IBM 要求索赔的权利。
- 1.6 **条款和条件的范围**：只要 IBM 报销市场影响策略的任何部分，这些条款和条件就适用于整个策略（包括仅由业务合作伙伴或其他人出资的部分活动）。

#### 1.7 产品目标：

以下方案获准用于该产品，并且必须在 MAP 提交内容中加以标识：

##### 方案 A：演示日/迷你会议

目标 - 演示日：使用演示中心提供有关 IBM 产品或服务的简介。

迷你会议：聚焦行业解决方案的客户会议，衍生 IBM 产品或服务需求。需要至少 2 家客户公司出席。

##### 方案 B：电话营销

目标 - 明确现有业务合作伙伴与潜在客户中 IBM 的销售商机

##### 方案 C：数字营销

目标 - 通过微信、微博、Web 站点开发、视频制作和其他数字营销技术，建立对 IBM 和业务合作伙伴解决方案的数字化认识。

##### 方案 D：市场营销研讨会（面对面研讨会）

目标 - 采用面对面的策略，向业务合作伙伴的现有客户和潜在客户介绍 IBM 首要解决方案。向参会者介绍 IBM 和业务合作伙伴解决方案的价值。确定销售机会。

##### 方案 E：广告/在线广告

目标 - 在更广阔的市场前景中，将业务合作伙伴培养成为 IBM 解决方案领域的专家。确定 IBM 重点销售业务的业务商机

##### 方案 F：搜索引擎

目标 - 将业务合作伙伴培养成为 IBM 解决方案领域的专家，并改善网络活动。确定 IBM 重点销售业务的业务商机

##### 方案 G：第三方贸易展/行业会议

目标 - 业务合作伙伴出席经过核准的 IBM 或第三方行业活动。活动必须由 IBM 预先核准。

## 2.0 无影响需求生成营销活动

2.1 无影响营销活动，报销资格：要获取报销资格，所有无影响市场营销策略都必须是对 IBM 产品或服务的促销、展示或说明。

在 IBM 预核准的情况下，如果满足以下条件，则某些无影响市场营销策略可以获得报销资格：

- (i) 所有无影响市场营销策略的主要目的，必须是对包含 IBM 产品或服务或在其之上运行的业务合作伙伴解决方案的促销、展示或说明；并且
- (ii) 业务合作伙伴在其解决方案的营销过程中，促销、展示或说明 IBM 产品或服务的价值。

市场营销策略 – 无影响需求生成营销活动	
IBM 支付的活动费用（依据适用的限制）	业务合作伙伴提供的业绩证明 (PoP)
<p><u>针对所有无影响营销活动的公共开支用于：</u></p> <p><b>方案 B：电话营销</b>  <b>方案 C：数字营销</b>  <b>方案 E：广告/在线广告</b>  <b>方案 F：搜索引擎</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 已购买的潜在客户列表</li> <li>- 产品内容的创建、生产和分发（例如，说明书、宣传单、白皮书、案例研究、销售演示、网络广播、播客、视频和自动运行演示）</li> <li>- 应答机制的创建和生产（例如，回答 Web 页面、注册站点和回答电话号码）</li> <li>- 客户商机检索系统</li> <li>- 商机生成服务（例如，提供潜在客户的联系信息，并且包括数据库和因特网搜索、电子邮件和电话销售探寻以及商机培育）</li> <li>- 临时人员（直接雇佣或者通过招聘公司专为营销活动保留的人员）</li> <li>- IBM 或信誉卓著、符合条件的代理机构或咨询公司提供的与需求生成活动一起执行的营销咨询服务（服务包括设置市场营销策略以及关联的目标确定和消息传递、SWOT（优点、弱点、商机和威胁）分析、开发应答平台和进度跟踪）</li> </ul>	<p><b>针对所有公共费用的 PoP：明细化第三方发票</b></p> <p>可交付内容的证据（例如，潜在客户列表、说明书、宣传单、白皮书、案例研究、销售演示、网络广播、播客和其他分发材料、应答机制以及商机检索系统的电子拷贝或硬拷贝）</p> <p>对于网络广播、播客、视频和演示，请提供邀请或议程</p> <p>对于商机生成服务，请提供标注这些服务的供应商合同。</p> <p>对于直接雇佣的临时员工：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 时间表（由业务合作伙伴管理层签署并批准）</li> <li>- 员工姓名、职务、开始日期、工作总小时数和支付的总薪资</li> <li>- 完成的活动描述对于营销咨询服务，体现 IBM 或供应商服务的书面计划，其中指示支持的需求生成活动。如果 IBM 提供营销咨询服务，明细化的 IBM 发票（描述并列明费用金额和产生费用的日期）</li> </ul>
<p><b>广告费用（不包含在公共费用中）</b></p> <p><b>方案 A：演示日/迷你会议</b>  <b>方案 D：市场营销研讨会（面对面研讨会）</b>  <b>方案 E：广告/在线广告</b>  <b>方案 G：第三方贸易展/行业会议</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 通过广告媒体的广告创建和投放（例如，印刷、户外（例如，广告牌）、招牌、横幅、广播和电视媒体）</li> </ul>	<p><b>广告 PoP</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 明细化的第三方发票</li> <li>- 带有执行日期的广告投放证据</li> <li>- 广告的电子拷贝或硬拷贝（例如，广告牌、招牌或横幅照片或者广播或电视广告的本脚本）</li> </ul>

<p><b>数字市场营销费用（不包含在公共费用中）：</b>  <b>方案 A：演示日/迷你会议</b>  <b>方案 C：数字营销</b>  <b>方案 D：市场营销研讨会（面对面研讨会）</b>  <b>方案 E：广告/在线广告</b>  <b>方案 G：第三方贸易展/行业会议</b></p> <p>- 数字媒体的创建、生产和分发（包括 Web 站点开发、电子书、电子通讯、博客、信息图、视频、社交媒体营销活动、搜索引擎优化、入站市场营销服务、电子邮件营销以及移动应用程序开发）</p>	<p><b>数字化营销 PoP</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 明细化的第三方发票</li> <li>- 分发的数字媒体电子拷贝或硬拷贝（例如，Web 屏幕、Web 链接、屏幕快照、电子书、电子通讯、博客、信息图、视频、来自电子邮件营销活动的电子邮件、数字内容、移动应用程序开发的移动屏幕图像以及其他分发的材料）</li> </ul> <p><b>- 集客式营销服务 PoP：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 明细化第三方发票</li> <li>- 标注这些服务的供应商合同</li> </ul> <p><b>- 搜索引擎优化 PoP：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 明细化第三方发票</li> <li>- 证明搜索引擎优化的屏幕快照</li> </ul>
<p><b>直接营销费用（不包含在公共费用中）</b>  - 物理材料的创建、生成和分发（例如，信息图、目录、广告、邮寄广告和传单）</p>	<p><b>直接营销 PoP</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 明细化的第三方发票</li> <li>- 分发媒体的电子拷贝或硬拷贝（例如，信息图、目录、广告、邮寄广告和传单以及其他分发材料）。</li> </ul>
<p><b>电话营销费用用（不包含在公共费用中）</b>  <b>方案 A：演示日/迷你会议</b>  <b>方案 B：电话营销</b>  <b>方案 D：市场营销研讨会（面对面研讨会）</b>  <b>方案 G：第三方贸易展/行业会议</b></p> <p>- 电子营销材料的创建、生成和分发（例如，脚本、呼叫指南和简报材料）  - 拨打定向电话和电话呼叫的电话营销供应商</p>	<p><b>电话营销 PoP</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 明细化的第三方发票</li> <li>- 提供给供应商的脚本、呼叫指南或市场营销简报材料的副本</li> </ul>
<p><b>IBM 支付的业务招待馈赠费用（依据适用的限制）以及业务合作伙伴提供的关联 PoP</b></p>	<p><b>与广告、数字营销、直接营销和电话营销活动相关的礼品费用（包括促销商品）：</b> 如果礼品具有标称价值并且关联的费用在第 5.0 节“开支限制”中按个人和按 MAP* 限制的范围，那么允许报销，即使 IBM 不报销这些费用也同样如此。</p> <p><b>礼品 PoP：</b> 明细化的第三方发票</p> <p>* 依据第 5.4C 节，因为其涉及按 MAP 限制。</p>
	<p><b>针对与广告、数字营销和直接营销活动相关的发言人费用：</b> 针对特定发言人费用允许报销（例如，不包括 GOE 员工、IBM 员工、业务合作伙伴员工和业务合作伙伴客户或潜在客户员工发言人），前提是开支在合理范围内，金额和频率符合惯例，并且在第 5.0 节“开支限制”中按 MAP 限制的范围，即使 IBM 不报销这些费用也同样如此。</p> <p>请注意，IBM 将不会报销发言人的差旅/住宿费用。如果在发票中未详细列出这些费用，那么业务合作伙伴将联系发言人，以将此情况明确告知发言人，并确保发言人不会要求 IBM 对此费用予以报销。</p>
	<p><b>发言人费用的 PoP：</b> 明细化的第三方发票</p>

2.2 鼓励参与：如果营销活动的目的是鼓励参与根据此补充协议不提供联合市场营销活动资金的活动，那么业务合作伙伴将不会要求 IBM 为无影响需求生成营销活动提供联合市场营销资金。

### 3.0 活动需求生成营销活动

3.1 活动，资金：联合市场营销活动资金可用于客户会议、市场营销研讨会和 IBM 或第三方贸易展。“IBM 贸易展”包括传统的 IBM 贸易展（例如，IBM InterConnect 和 Edge）以及 IBM 地区性活动（例如，IBM Business Analytics Summit）。

3.2 活动，具有报销资格：要获取报销资格，所有活动都必须是对 IBM 产品或服务的促销、展示或说明。

在 IBM 预核准的情况下，如果满足以下条件，则某些有影响市场营销策略可以获得报销资格：

- (i) 所有有影响市场营销策略的主要目的，必须是对包含 IBM 产品或服务或在其之上运行的业务合作伙伴解决方案的促销、展示或说明；并且
- (ii) 业务合作伙伴在其解决方案的市场营销过程中，促销、展示或说明 IBM 产品或服务的价值。

市场营销策略 - 活动需求生成 营销活动	
IBM 支付的活动费用（依据适用的限制）	业务合作伙伴提供的业绩证明 (PoP)
<p><b>方案 A: 演示日/迷你会议</b>  <b>方案 D: 市场营销研讨会（面对面研讨会）</b>  <b>方案 G: 第三方贸易展/行业会议</b></p> <p><b>广告、数字营销、直接营销以及电话营销费用</b>            - 如第 2.1 节中所述</p> <p><b>业务场所费用</b>            - 设施或场地租赁费用（不包括酒店住宿），例如，租赁装备、地毯和设备（包括视听设备和计算机）            - 针对展台组装和清洁的电力、电话、因特网和设备员工            - 将材料运往活动现场的运输费用            - 招牌和展台陈列费用            - IBM 简报中心费用</p>	<p>所有与活动相关的文档，包括：            - 详细的议程，具有所有计划的活动，展示活动的主要目的是促销、展示或说明 IBM 产品或服务，并且即使 IBM 不返款不合格的活动（例如，娱乐或其他后续活动、附属/周边活动），也将不会发生此类活动            - IBM 内容的证明（例如，IBM 内容演示的副本）            - 明细化的第三方发票            - 所有计划开支和实际开支的详细信息（包括餐饮/饮料）；礼品（包括促销商品）；发言人和交通运输/停车            - 所有活动相关和开支文档的副本，包括不申请 IBM 报销或者未获得 IBM 报销资格的活动和开支            - 业务合作伙伴的在线活动认证（请参阅附录 B）</p> <p><b>广告、数字营销、直接营销以及电话营销 Pop</b>            - 如第 2.1 节中所述</p> <p><b>业务场所 PoP</b>            - 明细化的第三方发票            - IBM 发票或 IBM 简报中心费用的付款证明            - 有关活动位置和地点的详细信息，确定活动在商业场所开展            - 对于简报中心、会议中心或展示厅，需要随附中心或展示厅的名称、地址和电话号码以及 IBM 请求的任何其他信息的发票，以对简报中心、会议中心或展示厅进行验证            - 对于餐厅，需要到餐厅的 Web 站点链接，以供 IBM 确认位置以及有单独的私人会议室适合业务会议（以及 IBM 请求的任何其他信息以验证位置和会议室的适合性）</p>
<p><b>贸易展赞助包费用</b></p> <p>针对 <u>IBM 贸易展</u>，包括 IBM 安排并预先核准的咖啡/甜点休息、正餐和接待的赞助            针对 <u>第三方贸易展</u>，包括咖啡/甜点休息的赞助</p> <p>如果赞助包不包含发布展示声明的新闻发布会的成本，那么只要业务合作伙伴遵循 IBM 的新闻关系指南 (<b>Press Relations Guide</b>) 来准备/发布声明，IBM 就将报销相关成本。本指南位于：  <a href="https://www.ibm.com/partnerworld/wps/servlet/mem/ContentHandler/pw_ast_pwp_press_release_guidelines">https://www.ibm.com/partnerworld/wps/servlet/mem/ContentHandler/pw_ast_pwp_press_release_guidelines</a></p> <p>注：仅当业务合作伙伴将在贸易展上同时展示 IBM 产品和服务以及业务合作伙伴的产品和服务时，业务合作伙伴才可为贸易展申请获取联合市场营销资金。</p>	<p><b>赞助包 PoP</b></p> <p>- 赞助包中包含的项目的所有详细信息均提前提供，证明即使 IBM 不报销不合格的活动（例如，任何投机游戏（如，抽奖、彩票、竞赛或其他投机游戏）、娱乐或其他系列活动、卫星/周边活动），也将不会发生此类活动，同时带有书面确认，保证业务合作伙伴已符合以下第 3.4 节中有关会议和展商资格的规定。</p> <p>- 如果业务合作伙伴购买包含投机游戏的第三方赞助包，那么业务合作伙伴必须：(1) 通过在活动开始前向活动组织者发送书面通知（电子邮件即可）告知业务合作伙伴声明打算退出投机游戏，正式谢绝参与此投机游戏，(2) 向 IBM 提交其发送给活动组织者的书面通信的副本作为声明的一部分，并且 (3) 在贸易展小册子上敲章或以其他方式，通过此声明以书面形式向 IBM 确认业务合作伙伴不参与这些投机游戏活动。</p> <p><b>新闻发布会 PoP</b>            - 明细化的第三方发票            - 符合 IBM 新闻关系指南的证明</p>

<b>IBM 支付的业务招待馈赠费用 (依据适用的限制) 以及业务合作伙伴提供的关联 PoP</b>	<p><b>礼品费用 (包括促销商品):</b> 如果礼品采用标称价值并且关联的费用在第 5.0 节“开支限制”中按个人和按 MAP* 限制的范围, 那么允许报销, 即使 IBM 不报销这些费用也同样如此。</p> <p><b>礼品 PoP:</b> 明细化的第三方发票</p> <p>* 依据第 5.4C 节, 因为其涉及按 MAP 限制。</p>
	<p><b>餐饮/饮料费用:</b> 如果餐饮/饮料是市场营销活动不可或缺的要素, 在合理范围内并且金额和频率符合惯例, 并且在第 5.0 节“开支限制”中按个人和按 MAP* 限制的范围, 那么允许报销, 即使 IBM 不报销这些费用也同样如此。</p> <p>在活动开始前和结束后, 在举办活动并且与业务会议有关的业务场所内提供的餐饮/饮料是“市场营销活动不可或缺的要素”。</p> <p>只有遵循本地法律、额度合理并在专业业务环境中消费, 才允许酒方面的支出。对于由于饮酒而对第三方造成的任何损害或伤害, IBM 概不负责, 并且 IBM 有权拒绝对其认为包含不适当或不专业的活动进行偿付。业务合作伙伴同意对与酒类服务相关的任何和所有索赔, 向 IBM 做出赔偿。</p> <p><b>PoP:</b> 明细化的第三方发票</p> <p>* 依据第 5.4C 节, 因为其涉及按 MAP 限制。</p>
	<p><b>当地地面交通和停车费用:</b> 如果业务合作伙伴: (a) 出于礼节安排交通运输, 例如, 出租车或公共汽车, 将出席者接送至业务合作伙伴举办的本地市场营销活动并且 (b) 交通运输和停车的费用在第 5.0 节“开支限制”中按 MAP 限制的范围, 那么允许报销, 即使 IBM 不报销这些费用也同样如此。</p> <p><b>PoP:</b> 明细化的第三方发票</p> <p>* 如果水上出租车不提供任何种类的娱乐并且业务合作伙伴通过此类声明进行确认, 那么水上出租车可以充当地面交通运输工具 (确认可能包括到出租车公司 Web 站点的链接, 其中不涉及任何娱乐)。</p>
	<p><b>针对与广告、数字营销和直接营销活动相关的发言人费用:</b> 针对特定发言人费用允许报销 (例如, 不包括 GOE 员工、IBM 员工、业务合作伙伴员工和业务合作伙伴客户或潜在客户员工发言人), 前提是开支在合理范围内, 金额和频率符合惯例, 并且在第 5.0 节“开支限制”中按 MAP 限制的范围, 即使 IBM 不报销这些费用也同样如此。</p> <p>请注意, IBM 将不会报销发言人的差旅/住宿费用。如果在发票中未详细列出这些费用, 那么业务合作伙伴将联系发言人, 以将此情况明确告知发言人, 并确保发言人不会要求 IBM 对此费用予以报销。</p> <p><b>发言人费用的 PoP:</b> 明细化的第三方发票</p>

3.3 活动, 业务场所: 业务合作伙伴只能在业务场所内开展活动。

3.4 活动、贸易展资格: 会议或展商资格可具有重大价值; 因此, 为确保分发这些资格的规则明确, IBM 声明:

- A. 如果业务合作伙伴得到会议或展商资格, 作为第三方贸易展上对展商赞助的一部分, 那么业务合作伙伴将确保这些资格仅供其员工使用和/或返还给活动组织者。在其 MAP 中, 业务合作伙伴将指明将如何处置这些资格。在报销申请中, 业务合作伙伴将明确获得资格的所有员工, 并明确 IBM 与这些员工以及活动组织者进行联系 (在 IBM 任务需要的情况下) 的方式。
- B. 如果业务合作伙伴得到会议或展商资格, 作为 IBM 贸易展的展商赞助的一部分, 那么业务合作伙伴可以将这些资格提供给非 GOE 员工, 前提是事先获得 IBM 的书面核准。
- C. 业务合作伙伴不得将会议或展商资格提供给 IBM 员工。

#### 4.0 所有市场竞销活动 (活动、非影响活动和其他)

4.1 **不可报销费用:** IBM 负责根据本补充协议下所设内容和适用的限制, 对活动和业务招待馈赠费用予以报销。所有其他费用均不可报销。只要没有其他问题, IBM 不会由于业务合作伙伴产生不可报销费用而拒绝整个申请。下列项目的费用是有时与需求生成营销活动相关联的不可报销费用的示例。

- A. 销售奖金
- B. 社论式广告 (以社论格式登广告)
- C. 支持市场营销工作的合作伙伴员工的薪资, 获得激励计划明确许可的薪资除外。对于 IO 允许报销的业务合作伙伴员工薪资, 以下费用仍为不可报销费用: 招聘费用、与员工相关的福利和间接成本, 以及需求生成活动的现有资源的成本 (例如, 用于电话营销的销售团队成本)
- D. 服务、资本设备或者日常业务运营中使用的设备, 例如装修、电话设备、公司标牌或公司文具
- E. 付费购买软件、演示设备或诸如个人计算机、笔记本电脑、监视器或助视产品等设备, [第 4.3 节“其他开支类别”中允许的演示设备费用除外](#)
- F. 购买会议资格以参加 IBM 或第三方活动的费用 (不包括业务合作伙伴为包含会议资格的赞助包或为其员工购买资格以向展台配备人员所支付的费用)
- G. IBM 购买赞助包或者以其他方式参与业务合作伙伴主办活动 (其中, IBM 推广 IBM 产品和服务, 而非业务合作伙伴) 的费用。如果 IBM 选择在业务合作伙伴主办活动中推广 IBM 产品和服务, 那么 IBM 将直接支付费用 (例如, 业务合作伙伴不能使用联合市场营销资金来支付费用)
- H. 差旅 (包括, 住宿、日常花销等生活费以及例如机票费和打的费等交通费用), [第 3.2 节中明确允许的当地地面交通除外](#)。[\[如果允许差旅, 添加到 DGF 产品, 如第 4.3 节中所述\]](#)
- I. 业务合作伙伴同时推广 IBM 和 IBM 竞争对手产品和技术而未经 IBM 事先书面核准的活动
- J. 礼品卡

对于业务合作伙伴或他人为不可报销费用出资的任何情况 (例如, 差旅和住宿), 产生费用的项目的量和频率必须合理且符合惯例, 并且业务合作伙伴不得在底层的市场营销策略中包含客户家属或嘉宾或者潜在客户的员工, 或者为这些家属或嘉宾支付任何有关市场营销策略的费用。

4.2 **导致整个报销申请失去资格的行动:** 某些活动即使与市场营销策略存在关联, 但 IBM 仍保留拒绝整个申请的权利, 而不是拒绝部分申请。以下是此类活动的示例:

- A. 开展违反或者 IBM 在合理范围内认为违反 (a) 任何适用的法律, 包括当地或政府机构的法规或其他道德规范, 以及反贿赂法 (例如, 美国《反海外腐败法》) 或 (b) 任何协议条款, 包括业务合作伙伴行为准则以及相应的条款和条件\*
- B. 向市场营销策略的参与者提供现金或任何等价值的物品, 包括可转换为现金或等同物品 (例如, 借记卡或贷记卡) 的礼品卡
- C. 邀请或允许客户家属或嘉宾或者潜在客户员工参与市场营销策略, 或者为这些家属或嘉宾支付任何有关市场营销策略的费用
- D. 向 GOE 员工支付发言人费用
- E. 提供娱乐活动或任何其他后续活动, 或与活动有关的卫星传播/周边活动
- F. 直接或间接支付或者要求支付与活动或者任何活动的后续、卫星传播/周边活动有关的入场费、资格费、注册费或其他活动费用
- G. 在非业务场所举办活动或者活动的任何后续、卫星传播/周边活动 (例如: 运动场、音乐会、娱乐公园、主题公园、酒吧、夜总会或酒店/鸡尾酒招待区)
- H. 提供、参与或赞助投机游戏
- I. 在未获得 IBM 事先核准的情况下, 支付由非营利性组织举办或者利于此类组织的活动的赞助费

\* 在此, 如果业务合作伙伴无法提供附录 B 中的在线“活动证书” (例如, 由于业务合作伙伴超出第 5.0 节“开支限制”中所设置按个人的业务招待馈赠限制, 那么即该节中的条款和条件), 那么 IBM 保留拒绝整项申请而不仅仅是部分申请的权利。

### 第 4.3 节：其他开支类别

<p><b>开支类别：</b>开发和演示设备 (DDE) [受限使用/HW BGF 和新路线的备用文本 - 需要预核准]</p>	
<p><b>IBM 支付的活动费用（依据适用的限制）</b></p> <p>业务合作伙伴用来展示 IBM 技术、解决方案和服务的 IBM 演示设备的费用，不包括所有保险、关税、进口税、报关费、税费或关税。</p> <p>为清楚起见，只有遵循 IBM DDE 程序文档获得的产品可以报销。</p>	<p><b>业务合作伙伴提供的业绩证明 (PoP)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- IBM DDE 程序文档</li> <li>- 装运单据/交货确认单据</li> <li>- IBM 书面确认业务合作伙伴符合演示设备采购费用报销的资格</li> <li>- 关于 DDE 使用方式以及 DDE 所带来效益的描述</li> <li>- 明细化的 IBM 发票（描述并列出发费用金额和产生费用的日期）</li> <li>- 针对申请的每一项非 IBM 费用或者具备 IBM 报销资格的每一项非 IBM 费用的明细化的第三方发票</li> </ul>
<p><b>开支类别：</b>培训/认证 [受限使用]</p> <p>IBM 或经批准的供应商提供的教育和培训，用于培养与 IBM 产品或业务的相关技能。教育和培训可在课堂内、远程或者通过网络进行。培训的核心领域：<b>IBM 产品市场营销、IBM 技术培训、质量、业务管理、ISO 认证、销售认证、会议/研讨会参与和咨询服务。</b></p>	
<p><b>IBM 支付的活动费用（依据适用的限制）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 注册费</li> <li>• 认证测试</li> </ul>	<p><b>业务合作伙伴提供的 PoP:</b></p> <p>成功完成课程或认证的证明。培训会议的注册或在线确认的副本。</p> <p>[针对 SI 发展资金计划:]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 课程主题</li> <li>• 演示者姓名</li> <li>• 会议日期</li> <li>• SI 参与者的姓名、职位和电子邮件地址</li> <li>• 来自 IBM 代表的完成确认电子邮件]</li> </ul> <p>针对申请的每一项费用或者具备 IBM 报销资格的每一项费用的明细化的第三方发票</p>
<p><b>开支类别：</b>支持活动 [受限使用]。IBM 产品营销、技术和销售认证教育和培训的发展和交付。</p>	
<p><b>IBM 支付的活动费用（依据适用的限制）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 内容创建、生产和交付</li> <li>• 网络直播</li> <li>• 印刷/数字形式的培训资料</li> <li>• 主题专家/课程发展</li> <li>• 面对面活动，例如研讨会和座谈会（根据第 3.0 节的规定，活动需求生成营销不提供任何业务馈赠，也不会提供与此类活动相关的任何业务馈赠，除了 (1) 遵守本协议相关的所有条款和条件而提供的餐饮/茶点，就好像为客户或潜在客户的员工提供相同的餐饮/茶点一样（为清楚起见，此类活动不提供娱乐活动、任何其他业务馈赠或任何后续周边活动，也不会提供与此类活动相关的娱乐活动、任何其他业务馈赠或任何后续周边活动）以及 (2) 根据第 5.0 节“开支限制”提供的最小价值促销礼品（例如，笔、日历或 T 恤）</li> <li>• 为获取 IBM 支持活动资格而支出的赞助费用</li> </ul>	<p><b>业务合作伙伴提供的 PoP:</b></p> <p>针对内容创建、生成和交付：内容的电子拷贝或硬拷贝。</p> <p>针对网络直播：Web 屏幕的电子拷贝或硬拷贝。托管网播的邀请或议程。</p> <p>针对打印的/数字化培训资料：支持材料的电子拷贝或硬拷贝。</p> <p>对于主题专家/课程发展：费率表或工作范围和生成的材料的样本。</p> <p>对于面对面活动（例如研讨会和座谈会）：请参阅第 3.0 节，活动需求生成营销活动中的 PoP 需求。</p> <p>在所有情况下，各项请求报销或可由 IBM 报销的费用的明细化第三方发票或明细化 IBM 发票（描述并列出发费用金额和产生费用的日期）。</p>

	参加活动的业务合作伙伴的列表（参加者姓名，公司名称）。
<b>开支类别：</b> 创新中心 [受限使用]。IBM 服务产品的展示。	
<b>IBM 支付的活动费用（依据适用的限制）</b>	<b>业务合作伙伴提供的 PoP:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>创建和维护创新中心的成本，包括设置、维护和设施费用。</li> </ul>	<p>IBM 将提供核对表以识别业务合作伙伴维持获得联合市场营销资金资格必须满足的需求。每个季度，业务合作伙伴都将向 IBM 提交书面报告，以展示其始终符合每一项核对表需求。</p> <p>注：IBM 联合市场营销资金不可用于主办与创新中心活动相关的活动。针对业务合作伙伴举办的所有与创新中心活动相关的活动，业务合作伙伴必须遵守第 5.0 节“开支限制”中所设置所有个人业务招待馈赠限制，即使业务合作伙伴或者他人（非 IBM）将支付这些招待馈赠的费用也是如此。无论在何种情况下，业务合作伙伴都不得在创新中心活动中提供娱乐活动或者提供与创新中心活动相关的娱乐活动。</p>
<b>开支类别：</b> 个人薪资 [受限使用]。专门致力于特定 IBM 活动的员工的人力费用。	
<b>IBM 支付的活动费用（依据适用的限制）</b>	<b>业务合作伙伴提供的 PoP:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>专门致力于以下特定 IBM 活动的员工的人力费用： <ul style="list-style-type: none"> <li>技术支持</li> <li>解决方案设计</li> <li>销售冠军活动 [针对 VAD 除去此项，针对发展投资保留此项]</li> <li>创新中心支持 [针对 VAD，除去此项]</li> <li>项目管理</li> <li>[仅限 DGF] 招募新 IBM 业务合作伙伴</li> </ul> </li> </ul>	<p>包含员工姓名、职务、开始日期、总工作小时数、已支付薪资总额（或协定的服务固定费用）以及所执行活动描述的时间表（由业务合作伙伴管理层签署并批准）。</p> <p>为支持 IBM 活动而创建的可交付产品证明。</p>
<p>如果激励计划需要业务合作伙伴雇用人员来关注活动，以支持 IBM 赞助组织，那么报销将视提交的与员工活动和结果相关的详细文档而定。该产品服务的一切都不会在正在执行协定的市场营销活动的业务合作伙伴雇佣的个人与 IBM 之间创造任何雇佣关系，IBM 也不承诺在该产品服务到期后为临时员工开支提供资金。IBM 对于业务合作伙伴雇佣的资源概不负责。接受这些条款和条件，即表示业务合作伙伴同意对与此类临时员工相关的任何及所有报销，向 IBM 做出偿付。</p> <p>业务合作伙伴将始终承担执行协定的市场营销活动的个人的雇主角色，并完全承担这些个人的所有薪资和福利职责，保留所有个人适用的雇佣相关税费，并且负责遵守有关这些个人的所有适用雇佣法律。</p>	
<b>开支类别：</b> 解决方案与产品支持（包括个人薪资偿付） 专门致力于特定 IBM 活动的员工的人力费用。 [针对 NA SI 发展资金和欧洲 CSI 产品受限使用]	
<b>IBM 支付的活动费用（依据适用的限制）</b>	<b>业务合作伙伴提供的 PoP:</b>
IBM 价值陈述白皮书的编写，包括生产费用和编写费用	针对申请的每一项费用或者具备 IBM 报销资格的每一项费用的明细化第三方发票或内部价目表
IBM Systems Lab Services (SLS) 与相关的 SLS 费用，包括技术倡导者和架构设计师的参与	为支持产品销售支持活动而创建的可交付产品证明
基准测试/设计中心活动和相关费用，专门致力于以下特定 IBM 市场营销活动的增加或临时员工的内部或第三方人力费用： <ul style="list-style-type: none"> <li>白皮书的编写</li> </ul>	<p>IBM 发票</p> <p>基准测试：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>使用的日期、名称和中心位置</li> <li>目标描述</li> <li>SI 资源执行基准测试名称</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• 技术支持</li> <li>• 分析和收集统计数据 and 系统数据，支持准则、白皮书和研究报告的编写。</li> <li>• 解决方案设计</li> <li>• 重新设计 IBM 解决方案，以满足客户需求</li> <li>• 项目管理</li> <li>• 通过审批的解决方案业务提议活动</li> </ul> <p>注释：不符合培训活动类别的差旅费用<b>无法</b>进行报销。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ IBM CSI 联系人姓名</li> </ul> <p>包含员工姓名、职务、开始日期、总工作小时数、已支付薪资总额（或协定的服务固定费用）以及所完成活动或明细化第三方发票描述的时间表（由业务合作伙伴管理层签署并批准）</p>
<p>如果激励计划需要业务合作伙伴雇用人员来关注活动，以支持 IBM 赞助组织，那么报销将视提交的与员工活动和结果相关的详细文档而定。该产品服务的一切都不会在正在执行协定的市场营销活动的业务合作伙伴雇佣的个人与 IBM 之间创造任何雇佣关系，IBM 也不承诺在该产品服务到期后为临时员工开支提供资金。IBM 对于业务合作伙伴雇佣的资源概不负责。接受这些条款和条件，即表示业务合作伙伴同意对与此类临时员工相关的任何及所有报销，向 IBM 做出偿付。</p> <p>业务合作伙伴将始终承担执行协定的市场营销活动的个人的雇主角色，并完全承担这些个人的所有薪资和福利职责，保留所有个人适用的雇佣相关税费，并且负责遵守有关这些个人的所有适用雇佣法律。</p>	

[占位符：用于添加“支持培训活动差旅规则”- 可在联合营销社区中找到]

## 5.0 开支限制

- 5.1 受限开支：限制适用于以下费用类型：餐饮/饮料（包括酒类）；礼品（包括促销商品）；当地地面交通和停车；以及发言人。超过项目成本的限制以及任何关联的税费和小费。
- 5.2 活动描述和成本估算：所有活动的计划餐饮/饮料（包括酒类）、礼品（包括促销商品）、当地地面交通和停车以及发言人都需要详细的活动描述和成本估算。对于业务合作伙伴提供“零”估算的类别，IBM 将不会对此类别的任何开支申请予以报销。
- 5.3 个人限制：以下所设所有个人业务招待馈赠限制均为“不得超出”金额（即，业务合作伙伴的业务招待馈赠支出金额不得超出其中限制，即使支出资金来自于其自己的独立资金也是如此）。如果业务合作伙伴超过这些个人业务招待馈赠限制，那么 IBM 可以拒绝业务合作伙伴的整个报销申请。业务合作伙伴将确保遵守所有适用的法律，这些法律可能阻止其供应这些业务招待馈赠，或者所设置的限制低于“不得超出”金额。
- 5.4 限制表：[各个计划将以各国家或地区的当地货币声明限制（如果适用）]。以下费用限制适用：

国家或地区：xyz				
项目	货币	个人限制 包括营业税	IBM 报销的最高金额	按 MAP 限制 (业务合作伙伴 开支的最大金 额)
礼品（包括促销商品）	xxx	xxx	Xxx	Xxx
餐饮/饮料	xxx	xxx	Xxx	Xxx
当地地面交通和停车	xxx	不适用	xxx	xxx
发言人费用	xxx	不适用	xxx	xxx

注：

- A. 业务合作伙伴同意在相同的 MAP 中包含所有相关市场营销策略。例如，如果业务合作伙伴使用广告、数字营销和直接营销来鼓励参与贸易展，那么广告、数字营销和直接营销和贸易展都是相关的市场营销策略，应包含在相同的 MAP 中。IBM 报销的最高金额和按 MAP 限制适用于 MAP 涵盖的所有市场营销策略的汇总，而不是单独适用于每一项策略。
- B. 按个人的礼品限制适用于 MAP 涵盖的所有市场营销策略的汇总，而不是单独适用于每一项策略。
- C. 对于适用个人限制的每个项目：IBM 明白可能存在如下情况：参与 MAP 所涵盖的市场营销策略的人数导致业务合作伙伴超出项目的按 MAP 限制，即使该项目的费用保持在按个人计算的限制范围内。在这些情况下，IBM 不会考虑业务合作伙伴违反其保持费用在按 MAP 限制内的义务，并且 IBM 将向项目支付“IBM 报销的最高金额”。

## 6.0 提交 MAP 和报销申请

### 提交 MAP

- 6.1 MAC 的分配：业务合作伙伴将在接受这些条款和条件之后分配 MAC。每个激励计划都将指定该唯一产品的已审核 MAC。

6.2 **提交 MAP:** MAC 会通过 CMC 工具中的 MAP 提交 IBM 资金请求。此外:

- A. 针对激励计划的 MAP 必须在 \_\_\_\_\_ 之前或 CMC 工具中指定的 IO 结束日期之前提交 (以较早日期为准) 才能获得批准资格。
- B. 为使 IBM 有足够的批准时间, 业务合作伙伴应该至少在 **建议的活动开始日期前七 (7) 天** 提交 MAP。
- C. IBM 批准 MAP 之前发生的费用由业务合作伙伴承担, 并且不符合报销条件, 除非这些费用是提前预订设施、推销商品的批量生产、与需求生成策略相关的市场营销服务的年费或使用费、代理机构服务的预付金和保证金、广告或符合条件的预注册/赞助所必需的。业务合作伙伴可以随报销提交这些类别下的费用发票, 以供 IBM 审核。
- D. 业务合作伙伴将在提交 MAP 时通过 CMC 工具提供所请求的信息 (例如, 业务合作伙伴将按照 CMC 工具中的定义, 提供详细的活动描述和成本估算)。
- E. IBM 联合市场营销资金按国家或地区分配。业务合作伙伴在分配资金的国家或地区中执行市场营销活动。通过获得 IBM 的事先核准, 业务合作伙伴可以在其他国家或地区执行市场营销活动, 前提是这些活动利用其能力在分配资金的国家或地区中销售 IBM 产品和服务, 并且业务合作伙伴遵守 IBM 在授权核准时指定的条款和条件。遵守当地税收法规是业务合作伙伴或代理商的责任, 业务合作伙伴和代理商应该根据需要寻求独立的税收建议。
- F. 在提交 MAP 时, 业务合作伙伴承诺按照 IO 上指定的报销费率支付总活动成本 (即由 IBM 与业务合作伙伴分摊的成本) 中其自己的份额, 最高为 IO 中已分配和批准的指定金额。
- G. IBM 保留权利, 可以根据任何其认为合适的理由拒绝 MAP 中指定的任何支出以及 MAP 自身的费用支出, 并且业务合作伙伴不得就此向 IBM 提出申诉。
- H. **[可选] 对于商机推进活动, 以下内容适用:**
  - 为了推进商机而开展的联合出资市场营销活动定义为针对两个或更多最终用户客户的独特活动, 目的是推动客户商机最终取得成功。对于属于日常客户关系的活动、会议、信函或其他沟通方式, 不会获准使用此项资金。
  - 要取得资格以获取客户商机推进资金, 至少有两项商机必须至少达到销售阶段 4 的状态 (即已验证的商机), 并且业务合作伙伴已提交商机并为每个商机获取一个商机编号。
  - 在批准 MAP 之前, 必须向 IBM 提供要推进的商机列表。提供给 IBM 的信息必须包含每个商机的商机编号以及商机的其他相关信息, 业务合作伙伴将在 CMC 工具的 MAP 描述字段中输入这些内容或者提交文档以连接到 MAP。
  - 商机推进活动不是客户商机生成活动 (如广告)。不需要提交新的客户商机。
- I. **[对于 SW VAD 可选] 对于分销商主办的活动, 分销商必须确定将参与分销商所主办的需求生成或商机推进活动的面向客户的业务合作伙伴, 并将这些合作伙伴的名称包含在 MAP 中。业务合作伙伴所面对的客户必须已获得 IBM 软件联合市场营销资格。**

## 提交报销申请

6.3 **报销申请提交:** 业务合作伙伴必须在 MAP 中输入的策略结束日期后 60 天内或者在 \_\_\_\_\_ 之前 (以两者中的较早日期为准) 提交报销申请、备用文档和客户商机。未能满足此要求可能导致 IBM 取消 MAP 和/或申请。

如果针对获得部分资金的活动, IBM 批准的联合营销代理商代表某业务合作伙伴在代理商主办的奖励计划中执行了营销活动, 那么代理商将直接向业务合作伙伴开具发票, 以要求他们分担经批准的活动成本。

6.4 **申请文档:** 业务合作伙伴将在申请截止日期之前在 CMC 工具中上载申请备份文档。业务合作伙伴将按照当地法律保留这些文档。对于这些文档:

- A. 业务合作伙伴必须通过提交有效且完全明细化的第三方发票, 以作为支持 100% 所发生成本的证据。未明细化的发票将无法得到处理。所有信用卡收据都必须明细化。
- B. 业务合作伙伴可以在申请中包含内部非人工支出; 例如, 通过业务合作伙伴信笺上的内部发票体现的邮件营销活动所花费的邮费。
- C. 如果为多项活动提供了一张发票, 业务合作伙伴应按照 UCID 指明与每项活动相关的特定费用。当然, 相同费用不得重复申报。

请注意:

1. 只有具有正规的内部市场营销或生产部门的业务合作伙伴才能以成本备份的方式而不是明细化的第三方发票形式提交费用表，以便详细说明其标准生产费用。IBM 保留验证专职生产能力和已发布费用的权利。此外，请注意价目表必须先于讨论的需求生成策略日期存在，并且业务合作伙伴不得单独针对从 IBM 寻求联合市场营销报销之目的创建价目表。
2. 直接雇佣临时人员的业绩证明是一个时间表（由业务合作伙伴管理层签署并核准），包括员工名称、职务、开始日期、总工作小时数和已支付的薪资总额以及完成活动的描述。
3. 如果 IBM 确定报销申请的任何部分存在欺诈，那么 IBM 保留拒绝整个报销申请的权利。作为澄清，提交全部或部分欺诈的报销申请违反本补充条例和本协议。
4. IBM 不会对相同的支出重复报销。例如，如果一份宣传册在市场营销活动期间同时用于广告和分发，那么只有与每个类别相关的费用才能获得报销，但是宣传册制作的一次性费用只能按照其中一个 MAP 进行报销。如果 IBM 发现业务合作伙伴针对相同费用提交两次报销申请，那么 IBM 将有权要求业务合作伙伴立即退还重复的款项。
5. 报销申请必须与批准的 MAP 中表明的开支类别保持一致。IBM 不会报销其他开支类别的费用（即，已批准的 MAP 中未涵盖的费用）。此外，如果业务申请报销的开支类别少于已批准的 MAP 中所表明的开支类别，那么业务合作伙伴必须相应地减少报销申请的金额。
6. 如果针对获得部分资金的活动，IBM 联合营销代理商代表业务合作伙伴执行了营销活动，那么代理商将直接向业务合作伙伴开具发票，以要求他们分担经批准的活动成本。对于部分出资服务，业务合作伙伴将要求代理在通过 CMC 工具提交给 IBM 的其他报销申请备份文档中包含向业务合作伙伴开具的发票的副本。

#### 6.5 商机提交：业务合作伙伴必须在 IBM 客户商机跟踪工具中提交商机。此外：

- A. 只有在业务合作伙伴提交所需的备份文档和商机之后，才会处理报销申请，以确定是否支付。
- B. 业务合作伙伴负责推进其客户商机，直至商机结束（赢得/丧失）。[VAD 计划] 在 VAD 计划中，2 级经销商负责推进其客户商机，直至结束。
- C. 负责客户商机的业务合作伙伴和代理商必须在提交客户商机时指定相应的 UCID。
- D. 如果客户商机金额的最低限额适用，那么 IBM 会将最低限制告知业务合作伙伴。
- E. IBM 批准的联合营销代理商可以通过 IBM 客户商机跟踪工具代表业务合作伙伴提交与每一项 CMC 活动相关联的客户商机。业务合作伙伴如果愿意，也可以自行提交客户商机。
- F. 仅当提供客户商机后，IBM 联合营销代理商才能得到 IBM 的付款。如果业务合作伙伴未能向代理商提供客户商机数据，那么所有促销活动开支都由业务合作伙伴单独承担。
- G. [可选] 商机推进活动不是商机生成活动，因此业务合作伙伴无需为此类活动提交新的客户商机。
- H. [针对 SW VAD 可选] 分销商必须实施并使用编程式流程，从而以合理的方式将由合格的活动生成的客户商机分发至面向客户的所有参与活动的业务合作伙伴。

## 7.0 付款

- 7.1 报销：IBM 将直接或通过第三方供应商向业务合作伙伴或代理商进行报销。IBM 将不会对产生与市场营销策略相关费用的供应商予以报销。
- 7.2 银行信息：如果银行信息不在票据上，IBM 将为业务合作伙伴或代理商提供指示信息，以提供此信息，以便简化支付。
- 7.3 多付款项：IBM 有权扣除任何多付款项，并扣除业务合作伙伴的可用资金以实现此目的。
- 7.4 少付款项：IBM 将为因自身错误而少付的款项提供报销或者提供贷记。IBM 将在进行任何与少付款项相关联的资金调整之前，获取业务合作伙伴的书面批准。
- 7.5 货币转换：IBM 可以基于 IBM 的当地金融策略，选择以美元报销业务合作伙伴或代理商费用。如果业务合作伙伴或代理商将获得美元报销并且第三方发票使用当地货币，那么业务合作伙伴或代理商将基于开具支出发票的当日有效汇率把报销金额转换为美元。业务合作伙伴或代理商将使用 xe.com、oanda.com、Reuters 或国

家或地区中央银行货币转换站点作为货币转换汇率的来源。类似地，业务合作伙伴将根据需要，以基于供应商发票日期上的汇率将第三方发票从一种当地货币转换为另一种当地货币时，使用 [xe.com](http://xe.com)、[oanda.com](http://oanda.com)、[Reuters](http://Reuters) 或核准的国家或地区中央银行货币转换站点。

- 7.6 **税务：**业务合作伙伴和代理机构发票应以业务合作伙伴或代理机构获得报销所用货币提交给 IBM，并且包含将结算发票的 IBM 实体的正确法定实体名称详细信息。IBM 保留验证 VAT 收费或类似交易税（包括但不限于 GST 和营业税）在法律上正确并且您可能需要提交给 IBM 的任何发票或等效文件遵守税法的权利。如果 VAT 或类似交易税未正确收费，或者如果发布的文件不是有效的税务发票并且不符合适用税法，那么 IBM 不会向业务合作伙伴偿付整个报销申请。

报销必须依据相关国家或地区的税法和/或其他规章。遵守本地法规是业务合作伙伴或代理商的责任，业务合作伙伴和代理商应该根据需要寻求独立的税收建议。

IBM 将按照帐单并根据需要报销美国营业税，但是不会报销第三方供应商发票上包含的业务合作伙伴可退其他非美国交易税（例如，VAT 或 GST）。业务合作伙伴或代理机构负责在提交报销申请时指明发票上的税款类型（例如，营业税和增值税）。

在需要税收发票的国家或地区，业务合作伙伴或者其代理商必须提供所批准报销金额的税收发票的在线/软拷贝和硬拷贝，以及所在国家或地区税率的所有适用税款。必须首先在付款申请日期起的 7 天内通过 CMC 工具中上传发票，然后在付款申请日期起的 30 天内将其邮寄给 IBM 的业务合作伙伴支持组织。IBM 会在报销申请审批时提供上载税务发票和邮寄地址的指示。

## 8.0 常规条款

- 8.1 **有限出资及条款和条件：**IBM 资助本产品或服务是有限的，而且 IBM 保留随时修改或撤销本产品或服务的权利。IBM 可随时更改条款和条件。
- 8.2 **合规性：**未能遵守此补充条例可能导致业务合作伙伴的 MAP、报销申请或未来参与此产品或其他联合市场营销产品的资格被 IBM 单方面取消或拒绝。
- 8.3 **翻译：**本文档最初以英语起草，然后经过翻译。如果在英语或翻译的文档之间存在差异，以英语版本为准。

## 附录 A: 首字母缩略词和定义

<b>首字母缩略词图注:</b>	
<b>CMC:</b>	Co-Marketing Center
<b>GOE:</b>	政府所有实体
<b>IO:</b>	激励计划
<b>MAC:</b>	市场营销活动创建者
<b>MAP:</b>	市场营销活动计划
<b>NA:</b>	不适用
<b>UCID:</b>	唯一控件标识
<b>VAD:</b>	增值分销商

<b>定义:</b>	
<b>广告</b>	广告的制作和投放，以便生成需求和增加 IBM 和业务合作伙伴产品和服务的销售。
<b>业务场所</b>	简报中心、会议中心、展示厅或具有单独的专用会议室的餐厅，其中带有适合业务会议的餐厅和会议室。
<b>会议资格</b>	允许参与贸易展，通常用于注册或其他费用。
<b>客户会议或市场营销研讨会</b>	业务合作伙伴为最终用户和潜在客户主办的一天或多天面对面活动，旨在促进 IBM 和业务合作伙伴的产品和服务的销售。活动范围一般包括解决方案或产品演示，以及针对客户和潜在客户的一对一简介。
<b>天</b>	引用的“天”表示日历天
<b>数字营销</b>	在 Web 页面上或者通过针对潜在客户的在线论坛、活动或博客发布的市场营销通信，均旨在生成需求和增加 IBM 和业务合作伙伴产品和服务的销售。
<b>直接营销</b>	通过邮寄或直接分发给潜在客户的印刷宣传单、说明书、函件、产品目录或印刷广告发布的市场营销通信，均旨在生成需求以增加 IBM 和业务合作伙伴的产品和服务的销售量。
<b>展商资格</b>	仅允许访问贸易展的展厅，通常用于注册或其他费用。
<b>投机游戏</b>	抽奖、彩票、竞赛或其他投机游戏
<b>GOE 员工</b>	包含任何管理人员、主管、员工或以下任何组织的代表：  (1) 国家或地区、联邦、国内、省/自治区/直辖市、地区、州、市、地域性、本地或其他级别的政府，包括任何部门或者任何此类政府的代理机构，或者  (2) 政府企业或执行机构，包括任何政府所有或者政府控制的实体，例如： (a) 公立医院、学校、公用事业或许可提供公共服务的组织； (b) 公共国际组织（例如，联合国或世界卫生组织）；或 (c) 其他私有实体、公开贸易实体或政府设立实体，前提是政府、公共国际组织或 GOE 员工拥有此类实体的控制权或者有能力来实践对此类实体的控制权。
<b>明细化的第三方发票</b>	描述开支并表明开支金额、发生日期和要求获得付款的供应商身份的发票。
<b>市场营销咨询</b>	战略市场营销指南和市场营销计划制定，用于帮助业务合作伙伴实现增加市场份额、提高商机赢得率以及增强客户商机推进和完成等方面的目标。
<b>市场营销活动创建者，或 MAC</b>	在激励计划中，将 MAC 指定为业务合作伙伴、代理商或 IBM 员工。MAC 完成并提交 MAP。
<b>赞助包</b>	包含多项服务和业务招待馈赠的产品服务，可供活动赞助者获取单一的费用，其中产品服务不指定任何一项服务或业务招待馈赠的个体价值。
<b>电话营销</b>	通过电话向当前或潜在客户推广或销售 IBM 产品和服务。
<b>UCID</b>	12 位字母数字跟踪代码，IBM 在进行 MAP 核准时分配此跟踪代码，用于引用特定市场营销活动和对应的报销申请。

## 附录 B：活动认证



### 活动认证

---

此活动证书是每个活动相关报销申请所必需的。有权承担业务合作伙伴或代表业务合作伙伴的代理商责任的业务合作伙伴员工必须完成本认证，其中代理商是激励计划的市场营销活动创建者。

- 以下术语具有联合营销条款和条件中所提供的含义
- 活动与业务相关，其主要目的是对 IBM 产品或服务的促销、展示或说明
- 所有活动相关的活动和开支文档均已提交，包括不申请 IBM 报销或者未获得 IBM 报销资格的活动和费用
- 所有餐饮/点心都是市场营销活动不可或缺的一部分，其金额和频率均合理且符合惯例，餐饮/点心费用未超出条款和条件中所述的按个人计算的限制
- 所有礼品（包括促销商品）均采用礼品（包括促销商品）的标称价值和费用，不超过条款和条件中所述的按个人计算的限制。
- 业务合作伙伴或他人发生不可报销费用（例如，差旅和住宿）的项目的金额和频率均合理且符合惯例
- 在规划和开展活动时，业务合作伙伴符合所有适用的法律，包括本地和政府机构的法规和道德规范以及反贿赂法（例如，美国《反海外腐败法》）、联合营销条款和条件以及 IBM 业务合作伙伴行为准则。此外，业务合作伙伴不得：
  - 提供娱乐活动或任何其他后续活动，或与活动有关的卫星传播/周边活动
  - 向活动参与者提供现金或同等价值的物品
  - 向活动参与者提供礼品卡，并且这些礼品卡可转换为现金或者同等物品，例如借记卡或贷记卡
  - 提供、参与或者赞助投机游戏
  - 向 GOE 员工支付发言人费用
  - 作为 IBM 贸易展的展商赞助的一部分，向非业务合作伙伴员工提供会议或展商资格，而不是将资格指定给非 GOE 员工，前提是 IBM 提供事先书面核准
  - 邀请或允许客户家属或嘉宾或者潜在客户员工参与活动，或者为这些家属或嘉宾支付任何有关活动的费用
  - 直接或间接支付或者要求支付与活动或者任何活动的后续、卫星传播/周边活动有关的入场费、资格费、注册费或其他活动费用
  - 在非业务场所举办活动或者活动的任何后续、卫星传播/周边活动（例如：运动场、音乐会场、娱乐公园、主题公园、酒吧、夜总会或酒店/鸡尾酒招待区）

## 附录 C: IBM PartnerWorld 协议 - 市场营销资金附件

本附件中的条款是对“IBM PartnerWorld 国际协议 - 基本通用条款”的补充，并优先于其中的条款

按照本附件的条款，我们为您提供市场营销专款，目的是推动 IBM 产品或服务收入增长。资助和营销活动计划或产品/服务的详细信息将在一份或多份“PartnerWorld 市场营销资金补充协议”（补充协议）中规定。补充协议的条款优先于本附件的条款。

您同意本协议的条款是在您获得相关权益的国家或地区中，在您与该国家或地区的 IBM 组织之间达成的。本附件中的条款所规定的双方权利、责任和义务只对该国家或地区有效。

### 1. 我们的关系

我们共同同意，为了按照本附件的条款，就涉及双方关系的事务相互沟通交流，双方将指定单一联系点。

#### 1.1 您同意：

- a. 实现我们共同确立的收入目标；
- b. 维持我们指定的获得认证的人员和受过培训的人员的数量（如果确定过该数量）；
- c. 提供我们可能需要的相关业务信息和数据；以及
- d. 与我们共同制定业务计划，并实施此类计划。

#### 1.2 我们同意向您提供：

- a. 市场营销资金；并且
- b. 我们可能额外提供销售和技术支持。

### 2. 市场竞销专款

我们可提供市场营销资金，供您投入市场营销活动。为了获得市场营销专款，您必须达到资格要求，并同意向我们提供您的营销和技术活动的时间表，以便我们有充足的时间及时做出反应。

我们将为您提供书面的资格条件标准。

您同意按照我们提供的准则使用这样的专款；同意保留在本协议的期限内，与专款的使用有关的活动和开支的记录；并且同意在收到我们的合理请求时，向我们提供此类文件。

根据本附件，IBM 对特定市场营销活动计划或产品/服务的拨款是受限制的，并且 IBM 可随时修改或撤销计划或产品/服务，而不事先通知。

### 3. IBM 业务合作伙伴标记

业务合作伙伴负责遵守 IBM 市场营销规定并确保业务合作伙伴标记、IBM 商标和版权的恰当使用。对于未能遵守该规定的市场营销材料或促销商品，IBM 可能不会做出费用偿付。请参阅位于以下地址的 IBM PartnerWorld Web 站点，以了解有关正确使用信息：[https://www-356.ibm.com/partnerworld/wps/servlet/ContentHandler/pw\\_com\\_mkt\\_mrt\\_bp\\_marks](https://www-356.ibm.com/partnerworld/wps/servlet/ContentHandler/pw_com_mkt_mrt_bp_marks)

### 4. 遵守当地法律

根据本规定获取的任何支出报销和市场营销资金都必须遵守适用的法律关于市场营销活动的规定。

您同意遵守所有适用的美国和本地反贿赂法，例如，美国的外国腐败行为法案以及类似的本地法律，并且您的员工中没有任何人以不正当获取业务为目的，直接或间接向任何人行贿或提供贿赂、回扣或者金钱或任何有价值（包括旅行、提供就业、礼品或娱乐）的其他报酬，包括向任何政府、公司、公共或国际组织的官员、雇员或代表以及任何其他第三方。确认您的“市场营销资金”的使用与以下项保持一致：您的资金申请、此附件、IBM 业务合作伙伴行为准则以及适用的法律。

### 5. 行为准则

业务合作伙伴在执行任何市场营销活动时都必须遵守 IBM 的行为准则，包括此产品及服务批准的那些行为准则。尤其是，如果业务合作伙伴邀请政府客户参加任何市场营销活动，业务合作伙伴必须遵守行为准则中标题为“与政府打交道”部分的规定。如果业务合作伙伴未能遵守行为准则关于市场营销活动的规定，那么

IBM 可能撤销资金拨付或全额取消申请的偿付。“行为准则”位于以下网址：

[http://www.ibm.com/partnerworld/pwhome.nsf/weblook/pub\\_join\\_memctr\\_agreement\\_code.html](http://www.ibm.com/partnerworld/pwhome.nsf/weblook/pub_join_memctr_agreement_code.html)

## 6. 责任

根据本附件的条款，对于任何实际直接损害，一方对另一方负责承担的最大赔偿金额仅为以下两者中的较大金额：我们根据本附件条款向您提供的总资金额，或 **PartnerWorld** 协议国际基本一般条款中指定的金额。

对于市场营销活动对任何第三方或业务合作伙伴造成的任何损害或伤害，**IBM** 概不负责。在所有其他方面，“**PartnerWorld** 协议国际基本通用条款”中的责任条款（包括例外）原样适用。

接受这些条款和条件，即表示：对于业务合作伙伴或市场营销活动未能满足这些条款而造成的任何或所有索赔，业务合作伙伴同意向 **IBM** 做出赔偿。

## 7. 本附件的终止

无论有无原因，任何一方都可终止本协议，但需要提前一个月书面通知。终止本协议包括终止任何关联的补充件。但是，**IBM** 承诺给您的任何资助仍会提供。

如有违反本协议的实际条款，任何一方都可终止本附件及其补充件，包括承诺的资助。