

服务协议 条款和条件

本条款和条件连同任何插入订单（无论是物理附于本文或通过引用纳入本文）（合称“本协议”）构成广告主（“广告主”）与合作伙伴（“合作伙伴”）之间完整且排他性的协议。术语“一方”指广告主或合作伙伴中的单独一方，而“双方”共同指两者。

合同的成立

- a) 本协议规定了合作伙伴向广告主提供服务的条款和条件。广告主指定合作伙伴代表其自身和广告主履行服务。
- b) 任何额外条款、条件、绩效标准、保证或任何类型的先前陈述或保证（无论是口头还是书面），无论时间如何，均无效，除非特别纳入本协议。
- c) 对本协议的任何修改均无效，除非在插入订单中明确书面同意并由广告主和合作伙伴双方的授权代表签署。
- d) 本协议应：
 - (a) 取代并替换任何文件中指定、包含、提及或载有的任何其他条款或条件（双方签署的插入订单除外）；以及
 - (b) 优先于向广告主提供报价所依据的任何其他条款或条件，使此类条款和条件中的任何类似规定无效。

定义

广告主：指广告主根据相关插入订单（IO）为其担任代理人的广告客户。

产品：指完全由广告主拥有的应用程序或在线服务平台（例如网站等），或授权给广告主的应用程序或在线服务平台（例如网站等）。

活动（服务）：指合作伙伴根据本协议为广告主开展的活动。这些活动主要涉及投放和推广由广告主提供的产品的横幅和登陆页面。它们还可能包括产品的其他促销活动以及任何所需的网络营销咨询服务。

材料：包括但不限于徽标、图像、文本、视频、横幅、登陆页面、创意作品、文案、活动 URL 和活动创意。

IO（插入订单）：指旨在明确和描述双方之间商业条款的文件，由广告主定期向合作伙伴发布。本协议可能包括多个插入订单，每个插入订单均构成本协议不可分割的一部分。

推广服务平台：合作伙伴向客户提供移动应用和服务的系统或方法，包括但不限于网站、应用商店、广告网络、应用内交叉销售服务等。

CPA：按每次获取/行动成本出售的交付成果。

CPB：按每次可计费获取/行动成本出售的交付成果。

CPS：按每次销售成本出售的交付成果。

CPL：按每次潜在客户成本出售的交付成果。

CPI：按每次安装成本出售的交付成果。

CPD：按每次下载成本出售的交付成果。

CPC：按每次点击成本出售的交付成果。

CPM：按每千次展示成本出售的交付成果。

知识产权：涵盖所有现有、未来和或有的知识产权，包括但不限于商誉、声誉、机密信息、版权、商标（注册或未注册）、徽标、服务标志、注册和未注册的设计、蓝图、模型、图表、信息、图纸、计算机程序、规范、源代码和目标代码、数据、流程、专利、专有技术、商业秘密、发明、数据库权利以及保护这些权利的任何权利，包括全球范围内的所有续展和延期，无论是现在存在的还是将来创建的。除非本协议明确授予，否则广告主保留对其知识产权及其任何衍生作品的所有权利、所有权和利益。

网站服务：广告主提供的基于网络的应用程序、报告、数据访问和广告服务。

网站或广告主网站：通过其访问网站服务的网站。

服务的提供

a) 服务的交付。自生效日期起，合作伙伴应立即以最高水平的专业关怀和技能，以符合当前最佳行业惯例的勤勉方式，并始终完全遵守本协议，包括适用插入订单中概述的规格和截止日期，提供服务。

b) 服务的访问。对网站服务的访问和广告主网站的使用受本协议管辖。广告主保留自行决定随时拒绝或终止合作伙伴参与的权利，无论先前是否批准。

c) 标准。

合作伙伴承认并同意，如果其代表第三方合作伙伴或网站（“第三方发布商”）行事，则承担其全部责任并确保其遵守本协议及所有适用法律。

合作伙伴同意赔偿、辩护并使广告主免受因第三方发布商违反其在本协议下的义务或保证而产生的任何损害。

合作伙伴进一步保证其有能力立即终止任何第三方发布商的参与。

d) 许可。

根据本协议的条款，广告主授予合作伙伴可撤销、不可转让且有限的许可，以仅出于本协议概述的目的使用网站服务、广告主网站以及因该使用而产生的任何数据、报告、信息或分析结果（合称“网站数据”）。

e) 活动的接受。

通过接受和执行活动，合作伙伴保证完全遵守本协议的所有条款和条件。否则可能导致广告主立即终止本协议并在无处罚的情况下扣留支付给合作伙伴的款项。

f) 合作伙伴承认，广告主仅根据协议条款，为插入订单中指定的广告活动提供使用创意、材料和链接的非排他性、不可转让和可撤销的权利。除明确规定外，本协议不授予合作伙伴对创意、材料、广告主知识产权或商业秘密的任何权利。

g) 合作伙伴仅被允许使用广告主提供的创意和材料。除非得到广告主批准，否则禁止更改、修改、操纵或创建链接或任何广告主材料的衍生作品。任何旨在推广产品的定制创意、文本、预登陆页面或自制材料均需事先获得广告主批准。

h) 权利的撤销。

广告主保留随时通过书面通知撤销合作伙伴许可或任何授予的权利的权利。

i) 合作伙伴必须立即执行广告主通知的有关广告活动的任何变更。如果合作伙伴未能立即遵守通知的变更，广告主保留扣留付款的权利。

付款和付款责任

a) 开票。

合作伙伴在提供服务后应按月开具发票。付款期限为广告主收到发票之日起 **7** 个工作日。

b) 付款方式。

广告主应使用合作伙伴提供的银行账户详细信息通过银行转账结算发票。与转账相关的任何银行费用应由合作伙伴在收到资金时承担。

c) 合作伙伴承认并承担由此产生的任何税款的全部责任。只有在通过电汇达到 **1000 美元的门槛金额时，付款才会按每周净 **7** 天的基础进行处理。合作伙伴理解此付款政策可能随时修订，并同意遵守更新的政策。**

d) 应合作伙伴的要求，广告主可酌情向合作伙伴提供预付款。在此情况下，合作伙伴必须在 **30 天内提供相当于预付款金额的服务，或在同一期限内退还超出预付款的部分。**

欺诈

a) 明确禁止合作伙伴从事欺诈活动、违反法律或伪造与通过链接的推荐相关的信息或超出授权访问广告主网站。

此类禁止行为的示例包括但不限于：使用自动化方法人为增加链接的点击次数、提交虚假信息、使用间谍软件或劫持软件、进行 **cookie** 填充、不诚实活动、点击欺诈或任何其他损害广告主的欺骗行为（合称“欺诈”）。

b) 广告主保留自行决定在确定合作伙伴实施欺诈时终止本协议而无需承担任何责任的权利。

c) 如果广告主确认合作伙伴实施了欺诈，合作伙伴将丧失活动的所有付款。如果合作伙伴被警告从事欺诈行为但未能立即纠正问题，合作伙伴将承担欺诈活动产生的所有成本和法律费用，以及广告主可获得的任何其他补救措施。

d) 在收到广告主通知，告知第三方发布商参与或已参与协议禁止的活动（例如产生欺诈流量）后，合作伙伴必须立即终止与该第三方发布商就参与广告主合作的关系。未能在通知后 **3 天内终止与第三方发布商的关系可能导致广告主立即终止本协议。此外，如果广告主自行决定第三方发布商参与禁止活动，广告主将相应调整和扣留合作伙伴的付款。广告主保留扣留或调整与第三方发布商禁止活动相关的金额的权利，无论合作伙伴是否参与或知晓此类活动。**

合格行为

a) 广告主将就每个合格行为向合作伙伴支付报酬，合格行为定义为由合作伙伴产生的、不涉及以下内容的行为：

(a) 使用脚本、程序、设备或任何其他手段人为增加数量，(b) 过度重新加载页面，(c) 合作伙伴或任何第三方发布商向客户提供未经授权的激励，(d) 自动生成浏览器，(e) 自动重定向用户，(f) 误导性链接或任何导致人为高展示量或点击量的方法，(g) 非法存款、收入或流量产生，(h) 在创建不基于真实用户行为的促销数据时使用欺骗方法。

b) 转化的质量重于数量。禁止欺诈、不良或未经批准的流量（包括插入订单中指定的受限流量）。广告主保留拒绝为此类流量付款的权利，并可能扣回任何不符合合格行为标准或被认定为欺诈、不良或未经批准的先前付款。

陈述和保证

a) 合作伙伴保证遵守协议中概述的所有义务、要求和限制，并遵守法律、规则、政策和法规。

b) 合作伙伴确认拥有签订本协议的必要权利和授权。

- c)** 合作伙伴保证所有提供的材料不违反任何法律，不侵犯第三方的知识产权或人身权利，并且不包含或链接到广告主指定的有害、诽谤、淫秽、露骨色情、威胁、歧视、非法、粗俗或令人反感的内容。
- d)** 广告主保证合作伙伴对活动的使用是允许的。广告主拥有根据协议授权合作伙伴使用活动所需的权利。广告主还确认，活动的使用、复制、分发、展示以及任何链接的数据或产品不会违反刑法、第三方权利，或包含可能煽动非法活动或导致法律责任的令人反感的内容。

责任限制

在任何情况下，广告主均不对任何后果性、特殊性、间接性、偶然性、惩戒性或其他损害赔偿负责，例如利润损失、商业机会损失，无论可预见性如何，无论是因协议、侵权行为还是任何其他法律依据而产生。即使广告主已被告知可能发生此类损害，并且无论任何有限补救措施的基本目的是否失败，广告主在本协议下对任何索赔的总赔偿责任仅限于广告主因引起索赔的特定插入订单从合作伙伴处收到的金额。

赔偿

- a)** 合作伙伴同意赔偿、辩护和保护广告主、其子公司、发布商、合作伙伴、许可方、董事、高级职员、员工、所有者和代理人免受因合作伙伴违反本协议、任何陈述、保证或义务，或与合作伙伴的推广服务平台、其中包含的内容或其活动相关的任何索赔而引起的任何索赔、诉讼、责任、损失、成本和费用，包括律师费。
- b)** 广告主同意赔偿、辩护并使合作伙伴、其子公司、发布商、合作伙伴及其各自的董事、高级职员、员工、所有者和代理人免受因广告主违反本协议、其中作出的任何陈述、保证或义务而引起的索赔、责任、损失、成本和费用，包括律师费。
- c)** 除可用的补救措施外，广告主可在以下情况下扣留未支付的佣金、冻结付款或扣回已支付的佣金：**(i)** 合作伙伴违反本协议，**(ii)** 投诉表明未遵守本协议，或**(iii)** 付款后发现合格行为不符合本协议的要求。无论佣金是否合法赚取，均可采取这些措施。如果发生重大违约，广告主可向执法机构、监管机构或受影响的第三方披露合作伙伴信息。

免责声明

提供给合作伙伴的产品和服务按“原样”提供。除非本协议明确规定，否则广告主不作任何明示或暗示的保证，包括但不限于对适销性、特定用途适用性、不侵权或因交易、使用或贸易过程而产生的保证。广告主不保证产品或链接将满足合作伙伴的具体要求，并明确否认对其产品或相关行为或不作为承担任何责任。

保密信息

“保密信息”包括活动、插入订单、广告主统计信息以及任何标记为“机密”或“专有”的信息。在本协议期间及终止后两年内，任何一方不得披露或使用另一方的保密信息。例外情况包括独立开发的信息、公众已知的信息、从授权第三方收到的信息、经书面批准发布的信息，或具有管辖权的法律或政府实体要求披露的信息。

期限和终止

- a)** 期限：本协议自插入订单签署时生效，并将自动续订连续的**1**年期限，除非任何一方提前**3**天发出书面通知终止。
- b)** 广告主可提前**3**天向合作伙伴发出书面通知终止任何插入订单，合作伙伴在收到通知后必须立即停止服务，以避免产生额外费用。
- c)** 如果合作伙伴违反本协议或插入订单的条款，并在收到书面通知后**15**天内未能纠正违约行为，广告主可立即终止本协议，无需通知。
- d)** 终止后，授予合作伙伴的所有许可和权利立即终止。合作伙伴必须停止使用并删除广告主提供的所有链接和知识产权，从其网站上删除广告主的活动和材料，并停止使用网站服务和网站数据。第**3、4、5、6-12**条在本协议终止后继续有效。

不可抗力

若发生超出双方控制范围的不可抗力事件，妨碍完全或部分履行本协议，任何一方均不承担任何责任。受影响方必须立即书面通知另一方。如果不可抗力事件持续超过**45**天，双方将协商履行或终止本协议。未能在**3**个月内达成协议，任何一方均可终止本协议。终止后，各方承担各自的费用，不得再要求赔偿。不可抗力包括不可预见、不可避免或不可克服的事件，如地震、洪水、战争，或国际商业惯例中承认为不可抗力的情形。

标题

标题仅为方便起见，并不定义、限制或描述本协议的范围。

管辖权与审判地

本协议受法律管辖，不考虑法律冲突规则。争议将由双方在收到书面通知后 **45** 天内通过善意协商解决。

通知

通知必须通过传真、电子邮件或特快航空邮件以书面形式发出，在通过传真发送的当日视为已收到，或通过邮件或电子邮件发送并按插入订单（**IO**）中指定的地址收到时视为已收到。

其他规定

- a)** 放弃对某项违约的追究并不意味着放弃对后续违约的追究，也不改变弃权方的权利。
- b)** 无效条款将被替换以反映原始意图，其余条款保持有效。
- c)** 本协议不构成双方之间的合伙关系或代理关系。
- d)** 合作伙伴在一年内不得与来自广告主网站的任何广告主进行效果导向的广告活动，除非证明存在先前的业务关系。
- e)** 未经广告主书面同意，合作伙伴不得在本协议期间转让权利或义务。

更新于 2024 年 10 月 15 日