

V1-百型David平台用户协议

百型David平台用户协议

感谢您使用百型David自主投放系统；如果用户在本系统上访问、注册、编辑或发布广告信息或使用我们的产品或服务（以上统称为“服务”）等行为，便视为您已阅读并同意接受了以下服务协议。如果您不同意以下任何内容，请立刻停止访问本系统。

客户明白并认可：百型David服务所涉及到的百型产品的所有权、知识产权和运作权等一切权益皆归百型所有。所提供的服务必须按照其发布的公司章程，服务条款和操作规程等严格执行。

1、总则

本协议内容包括协议正文、各单项服务协议，包括但不限于服务简介、服务协议生效时间、服务变更、中断、终止、用户隐私制度、广告投放等其他协议。除另行明确声明外，任何百型David平台提供的服务均受本协议约束。**本协议所指服务包括但不限于：AI模型训练、数据标注、API接口调用、生成式内容创作、智能营销工具等人工智能技术服务。**

2、系统服务简介及服务说明

（1）上海百型智能科技有限公司运用百型David平台，通过Facebook、Google、YouTube、Tiktok等渠道平台的广告投放服务。在百型David平台中申请开户的用户必须具有实体企业的合法资质，并拥有属于用户自行开发的非侵权仿制或获得官方授权的产品。；考虑到百型David平台用户服务的重要性，用户知悉并同意：用户需提供及时、详尽且准确的公司资料，所有原始输入的公司资料将引用为注册资料。如果用户提供的资料不准确，百型智能及其关联公司保留结束该用户使用百型David服务的权利。用户在享用百型David用户服务的同时，同意接受百型David用户服务提供的各类信息服务，包括但不限于EDM、短信、信息推送等服务类及活动类信息。

（2）百型David平台用户委托百型智能及其关联公司开通系统展示的某个渠道的广告投放账户，若百型David平台用户有其他附加服务需求或未尽事宜的，包括但不限于代为操作账户、优化设计、创意服务、策略咨询以及其他百型David平台中服务商可实现的增值服务，该增值服务价格以网站页面内显示为准；若未来将上线站内的其他服务，则活动具体内容、形式均以网站页面内显示为准。

(3) 若用户选择使用该网站公示的各项/某项服务内容，则视为同意并接受本协议内容，且愿意与各项服务的提供商建立合作关系，遵循百型David平台规则，知悉并接受该项服务价格、服务内容，如违反本协议内容，百型智能及其关联公司有权暂停或终止广告服务，并有权要求用户承担损失赔偿责任。

(4) 客户理解并认可，以任何方式处置自己的客户信息或他人在本服务上提供的内容时，客户应自行承担相关风险，与百型David无关。客户亦同意，未经相应权利人的明示同意，客户不得为任何目的使用、复制、转载、传播、播放、展示、出售、许可或以其它未明示允许的方式使用该等内容。

(5) 用户需确保，其使用AI服务所涉及的数据已获得合法授权，不侵犯第三人权益，禁止将服务用于训练歧视性算法、深度伪造、自动化武器开发等违反伦理的用途。

3、服务协议生效及终止

(1) 用户在自同意本服务协议起至服务终止期间，将在百型David平台中所具有的渠道平台（具体渠道资源可参见网站公示，以及用户选择的渠道平台）上投放商业广告。用户知悉并同意，百型智能及其关联公司仅作为百型David平台的运营方，用户将根据选择的服务、使用的币种不同与在百型David平台提供服务的一方或关联公司建立合作关系，该等合作关系不影响用户在百型David平台的权益。

(2) 百型David用户主动停止使用该系统服务时，须提前15个工作日书面告知百型智能及其关联公司，经百型智能及其关联公司确认后，方可终止服务。

4、服务变更、中断、终止

(1) 用户知悉并同意，因本服务涉及到互联网服务，客观上可能会受到各个环节不稳定因素的影响。因此任何因不可抗力、计算机病毒或黑客攻击、系统不稳定、GSM网络、互联网络、通信线路等其他本系统无法预测或控制的原因，造成服务中断、取消或终止的风险，由此给用户带来的损失百型David不承担赔偿责任。

(2) 本系统需要定期或不定期地对提供网络服务的平台或相关的设备进行检修或者维护；在合理时间内的中断，百型David无需为此承担任何责任，但百型David应尽可能事先进行通知。

(3) 用户知悉并同意，除本服务协议另有规定外，鉴于网络服务的特殊性，百型David平台有可能变更、中断或终止部分或全部的网络服务，百型David无需为此承担任何责任，但百型David应尽可能事先进行通知，并尽可能给您预留时间以便处理相关权益。

(4) 百型David有权通过百型David平台网站不时公布、更新服务内容，但百型David承诺该等更新服务内容不损害用户已有权益；用户知悉并同意，该等不时更新的服务内容、价格将构成对用户的邀约邀请，用户可以根据需求选择该等服务内容，且与服务提供方建立合作关系；用户一旦选择该等服

务，即视为受本协议约束，接受该等服务内容及价格；如该等服务价格有波动或调整，百型David将提前与用户沟通告知。

5、费用支付

(1) 用户将根据自身需求在百型David平台中充值，且依据百型David平台页面提示的最低充值金额进行充值。

(2) 用户知悉并同意，如选择百型David平台公示的其他增值服务，则应当按照服务项所提示的价格、内容、支付方式等信息予以支付。

(3) 百型David将为用户提供多种支付方式，该等支付方式均按照支付系统提供方的规则执行，且该等支付方式均符合资质要求，用户知悉并同意按照百型David平台及支付系统提示进行支付；用户知悉并同意选择某种支付方式，即代表接受该支付系统的规则要求。

(4) 用户知悉并同意，其所开设的广告账户均为境外广告账户，其支付的人民币金额将通过合法第三方支付系统结算成美元充值进其广告账户，因此，百型David及服务提供方将根据用户在百型David平台中提交的需求，开具相应金额的形式发票（即invoice）。

(5) 用户知悉并同意，用户百型David平台中的账户余额不足时，百型智能及其关联公司有权暂停或终止为该用户提供服务。

(6) 百型David平台用户根据自身开户和投放计划向百型智能及其关联公司预付有关的广告费用，百型智能及其关联公司提供盖章的预收款凭证或收据。

(7) 双方同意以百型David的系统统计数据为准（可在【资产管理】- 广告费用明细列表查看），作为本协议服务内容的核对依据。若百型David平台用户对广告消耗数据存在异议的，应在取得数据后3个自然日内提出（逾期未提出视为无异议），百型智能及其关联公司在接到异议后应及时向百型David平台用户提供有关数据和依据供百型David平台用户进行核实。

6、用户隐私制度

(1) 特别授权：用户完全理解并不可撤销地、免费地授予百型智能及其关联公司下列权利：百型智能及其关联公司允许百型David用户登录其关联公司或合作公司系统并使用其服务，百型David用户在关联公司或合作公司的任何行为均需遵守本用户协议的约定、规则以及有关正确使用服务的说明和操作

指引。为了实现上述功能，用户同意百型David将其在百型David平台的注册信息、交易/支付数据等信息和数据同步至百型智能及其关联公司或合作公司系统并允许其使用。

(2) 用户知悉并同意，百型David有权将用户的Google、Facebook等渠道平台的广告账号连接到用户的百型David账号。在这种情况下，百型David将通过渠道平台访问有关用户账号的某些信息。百型David可能会读取您渠道平台的账号以及其中商品详情、运费、税费、关联域名等信息，并在信息不完备时协助用户完成相应的设置；也可能会读取用户广告账户中的投放指标（例如花费、展示量、点击量等）以向用户展示广告投放效果，并在必要时，由用户在百型David操作，百型David通过渠道平台创建或修改账户中的广告。

(3) 尊重用户个人隐私是百型David贯彻的一项基本政策。所以，作为对用户注册信息、资料补充、交易交付数据等信息，百型David不会公开、编辑或透露用户的补充资料及保存在百型David平台用户服务中的非公开内容，除非有法律许可的要求。

(4) 用户知悉并同意：为优化AI模型性能，平台可能对用户输入内容进行匿名化处理并用于模型训练；涉及个人生物信息、医疗健康等敏感数据，用户需单独获得授权并加密传输；平台采用GDPR/CCPA兼容的数据保护标准，跨境数据传输遵守中国《数据出境安全评估办法》。

7、广告服务

(1) 本协议期间，用户完成充值后，百型智能及其关联公司应确保向百型David平台用户提供相应的系统服务以及其关联方提供某项/各项服务，包括但不限于开发充值、自主投放、客户选择的优化等服务；若用户对服务存在异议的，应当及时书面提出，百型智能及其关联公司应按照百型David平台用户提出的异议和要求向百型智能及其关联公司资源平台进行协调、沟通或申诉，就该异议双方协商解决；如果百型David平台用户没有及时书面提出，视为没有异议。

(2) 广告投放期间，如百型David平台用户的客户的项目存在优化需求，用户可根据网站公示的服务内容予以选择使用，百型智能及其关联公司将在接收到用户需求时根据相对应的服务标准及时沟通并进行相应的优化设置，从而使百型David平台用户的广告效果尽量达到客户预期。

(3) 百型David平台用户进行违规操作的（包括但不限于违反本协议约定、违反任何法律、法规、政策、公共道德准则及媒体的规定等违规行为），百型David有权在通知用户之前立即采取以下措施：其同一主体下全部账户将会被永久封户下线，已支付的开户费、服务费、手续费、保证金等不予返还。若因用户自身原因导致广告平台对用户的广告账户处以违约金（具体以用户收到广告平台的通知为准），该违约金全部由用户自行承担。同时，用户须向百型智能及其关联公司支付罚金，罚金收取标准为每个广告账户1000美金。

(4) 用户应负责开发并维护其自身客户网络，协助客户通过百型David平台提供的服务将广告投放于媒体平台上。同时用户应自行处理与其客户间的所有法律关系，并为其客户行为和过失承担全部法律责任。百型David平台不对甲方客户以及甲方与甲方客户之间的法律关系承担任何责任，如造成百型David损失的，用户应予赔偿。

8、功能软件订阅

(1) 订阅服务内容：用户领取免费体验或经付费开启订阅服务后，可在一定服务期限内持续访问百型David的报表及订阅内容，且能优先体验新功能。

(2) 订阅付费说明：用户知悉并同意，订阅服务为付费服务，百型David将收取增值服务使用费。用户可以在相关服务页面查阅订阅服务具体期限及对应费用并自行选择服务的种类。开启订阅功能后，无论用户是否在相应服务期限内实际使用该服务或访问电子内容，已支付的费用不支持退款。同时，百型David有权自行决定并不定时修订会员订阅服务相关的收费标准和规则，该类标准及规则一经发布即生效，并构成本条款的有效组成部分。如用户不同意前述标准、规则及其修订，有权停止使用订阅服务。若用户继续使用订阅服务，即视为已同意相关内容。

(3) 免责声明：用户知悉并同意，百型David有权根据产品计划和运营情况独立决定订阅服务的具体内容，并有权根据内容的版权情况新增或移除相关内容或暂停、终止提供订阅服务的部分服务。

9、陈述与保证

自用户选择同意本协议起，双方互相向对方声明、陈述和保证如下：

(1) 其是合法设立并有效存续的公司并有资格从事本协议项下之交易，而该项交易符合其经营范围之规定；

(2) 其可全权订立本协议并有能力履行其于本协议项下之义务；并且该等履行义务的行为不违反任何对其有约束力的法律文件的限制；

(3) 用户对提交的开户材料（包括但不限于开户公司名称、开户公司地址、营业执照等）应负全部责任并保证已获得相应的充分授权，如因用户对开户资料未获充分授权而导致百型David遭受任何第三方的权利追索，应由用户承担全部法律责任。

(4) 用户保证其投放的产品资料、广告内容（不限于图片、文字、字体、视频、音频等）是真实、合法和正当的，且在广告投放期内用户对其享有完全的知识产权或相应的合法许可使用权，不会违反广

告投放目的地国家或地区的任何法律、法规、规章制度、政策、公共道德准则、百型David政策、投放渠道/媒体平台的广告投放规定，也不会损害任何第三方的合法权益。

10、协议违反及解除

(1) 自用户选择同意本协议起，用户与百型David达成书面协议确认后，可以对本协议进行变更、修改；

(2) 除非本协议另有约定，否则百型David用户在合作期间违反或不遵守本协议书中的任何约定，百型David由此造成的经济损失（本协议所称“损失”包括但不限于经济损失、诉讼费、律师费、保全费、公证费、审计费、保全担保费、差旅费、鉴定费以及其他合理维权费用）全部由用户承担；

(3) 用户不得随意解除协议，若确需解除协议的，须提前15个工作日书面告知百型David平台用户，经百型David平台用户确认后，方可解除，但双方已经确认的订单或，百型David平台用户已经向百型智能及其关联公司下单，仍按照本协议执行；

(4) 百型David平台用户与百型智能及其关联公司同意当本协议订立时所依据的法律、行政法规、规章发生变化，双方应协商变更相关内容；当订立本协议时所依据的客观情况发生重大变化，致使本协议无法履行的，经百型David平台用户与百型智能及其关联公司协商同意，可以终止本协议的履行，但双方仍须履行相互未履行完毕的义务，百型David平台用户应支付已经投放的广告费用。

(5) 因本协议一方濒临破产、进入法定整顿期或被清算，任意一方可以终止本协议，并且应书面通知对方，但双方仍须履行相互未履行完毕的义务。

11、不可抗力及免责事由

(1) 不可抗力是指不能人为控制、不可预见或即使遇见亦无法避免的事件，该事件妨碍、影响或延误任何一方根据协议履行其全部或部分义务。该事件包括但不限于政府行为、自然灾害、战争、疫情。鉴于互联网之特殊性质，不可抗力亦包括下列影响互联网正常运行之情形：（1）电脑病毒；（2）黑客攻击；（3）网络故障；（4）带宽或其他网络设备或技术提供商的服务延迟、服务障碍、技术调整导致之重大影响；（5）服务器故障；（6）电力故障；（7）充值系统出现故障。如本协议项下的广告投放服务涉及到海外（即指中国大陆（不含港澳台）以外的国家或地区）投放的，则不可抗力亦包括：（1）中国对海外贸易的管制政策变更；（2）广告投放目的地或投放渠道/媒体平台所属国家或地区的有关法律法规、政策、管制、对中国贸易限制措施的实施或变更；（3）国际条约的新制定或变更等；（4）广告投放媒体平台对于其平台广告投放的政策变更或其广告资质出现问题等。

(2) 因不可抗力事由无法履行本协议的当事人，应在发生不可抗力事由发生之日其的三个工作日内将不可抗力事由及预测的影响通知另一当事人。另外不可抗力事由消除后，因不可抗力事由无法履行本协议的当事人应尽快履行其在本协议项下的义务。因不可抗力事由当事人实际履行不能或履行义务已没有意义，或不可抗力事由持续时间超过90日时，任何一方当事人均可以通过书面方式通知其他所有当事人解除本协议，但乙方在知晓不可抗力情况前已完成的广告投放服务、或已向投放渠道/媒体平台下达投放计划或订单的广告投放服务产生的广告费及广告服务费等费用仍将由甲方承担，双方据实结算。

(3)因AI技术固有特性导致的以下情形，平台不承担责任：生成内容存在事实性错误或偏见;模型迭代导致的输出结果差异；第三方开源模型组件引发的安全漏洞。

12、退款流程

用户依据前述条款约定需解除或提前终止系统服务的，经百型David核实其广告账户是否涉嫌违规行为及账户欠款情况，如用户账户仍然存在余额的，用户可申请退款。退款需要遵循以下规则：

(1) 用户主动停止使用该系统服务时，须提前15个工作日书面告知百型智能及其关联公司，并联系相关CM进行停户；

(2) 经百型David确认该用户及其关联主体下的广告账户均已结清所有款项后，方可终止服务，若账户存在欠款的，百型David有权于该用户的任意一账户余额中直接抵扣，若余额不足以支付全部欠款的，用户需在收到百型David通知后的15个工作日内支付至指定银行账户内，若逾期支付的，用户需按未付金额的百分之一/日的标准支付逾期滞纳金。

(3) 百型David已就某部分款项向用户开具invoice的，该部分的款项则不接受退款；

(4) 以上原路退回至用户账户的金额为人民币或美元，视乎用户起始充值币种为准，且该退款将于用户申请退款之日起30个工作日内完成。

13、知识产权及保密条款

(1) 百型David与系统用户使用的所有硬件、软件、程序、密码、商品名、技术、许可证、专利、商标、技术知识等皆归各方所有权人所有，不存在任何权利瑕疵，其余方及第三方对于此无任何权利或利益。

(2)平台算法、模型架构、训练方法论等知识产权归百型所有,用户输入内容的知识产权归属用户自身。

AI生成内容版权归属按以下原则确定：若生成内容完全由用户指令触发且无实质性平台创作贡献，版权归用户;若平台对生成内容有独创性贡献，双方可通过附加协议约定权属。

(3) 任何一方对于因签署或履行本协议而了解或接触到的对方的机密资料或信息、商业秘密、技术秘密等等（以下简称“保密信息”）需双方保密的事项，在协议期间及协议终止后不得向第三方披露或公开。

(3) 本条规定的保密义务至本协议终止后仍继续有效。

14、协议的变更和解释

(1) 本协议自系统用户同意该协议起生效，如有修改或变更，百型智能及其关联公司将在百型David平台中予以通知，并经用户确认。

(2) 法律、法规或司法解释变更导致本协议中的任何条款成为违法、无效条款或失去强制执行性的，也不影响本协议其他条款的合法性、有效性或强制执行力。在该情况下，当事人应真诚协商，尽快将违法、无效或失去强制执行力的条款更换为最能实现其宗旨及目的的条款。

(3) 本协议采用中文书写，各条款所附的标题仅为参照方便而标明，不影响对各条款的解释。

(4) 百型David平台网站所展示的内容及规则，与本协议共同构成与用户的合作内容。

15、争端解决

(1) 本协议适用中华人民共和国法律。

(2)本协议基于当事人之间的相互信任和理解诚实履行。如任何一方违反本协议的规定或对本协议的解释产生异议时，当事人应真诚协商后解决。如协商不成，则任何一方有权向协议履行地上海市徐汇区人民法院提起诉讼。

广告合规管理制度

第一章 总则

为了保证上海百型智能科技有限公司（以下简称“公司”）客户推广内容符合国家相关法律、法规和规范性文件的规定，同时促进网络营销推广行业的健康发展，保护用户的合法权益，现根据相关法律、法规的规定制定本制度。

在本制度中，相关主体所具有的含义如下：

（一）“广告主”，是指为推销商品或者服务，自行或者委托他人设计、制作、发布广告的自然、法人或者其他组织；

（二）广告经营者，是指接受委托提供广告设计、制作、代理服务的自然、法人或者其他组织；

（三）广告发布者，是指为广告主或者广告主委托的广告经营者发布广告的自然、法人或者其他组织；

（四）广告代言人，是指广告主以外的，在广告中以自己的名义或者形象对商品、服务作推荐、证明的自然、法人或者其他组织。

广告主、广告经营者、广告发布者从事广告活动，应当遵守法律、法规，诚实信用，公平竞争。

相关广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。广告主应当对广告内容的真实性负责。

广告主应保护用户免受不安全和歧视行为的侵害，并尽力促成积极的用户体验。

广告主须遵循本制度和所涉及广告发布者（包括但不限于Facebook、Google、TikTok等媒体平台）的广告发布守则等广告合规管理制度。

第二章 广告内容

第一节 原则

广告主、广告发布者、广告经营者及广告发言人应当安全地使用广告工具，并为使用相关产品和服务的每一位用户构建友好的平台环境。

广告主、广告发布者、广告经营者及广告发言人应当恪守本公司的核心价值观，践行下列准则：保护用户免受不安全和歧视行为的侵害、保护用户免受欺诈或诈骗、倡导积极的用户体验。。

相关广告不得存在《中华人民共和国广告法》、《反不正当竞争法》、《互联网广告管理办法》所禁止的内容，包括但不限于：

- （一）使用或者变相使用国旗、国歌、国徽，军旗、军歌、军徽；
- （二）使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象；
- （三）使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语；
- （四）损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密；
- （五）妨碍社会安定，损害社会公共利益；
- （六）危害人身、财产安全，泄露个人隐私；
- （七）妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚；
- （八）含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容；
- （九）含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容；
- （十）妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护；
- （十一）所适用司法管辖区的法律、行政法规规定禁止的其他情形。

广告中对商品的性能、功能、产地、用途、质量、成分、价格、生产者、有效期限、允诺等或者对服务的内容、提供者、形式、质量、价格、允诺等有表示的，应当准确、清楚、明白。

广告主、广告经营者、广告发布者所适用司法管辖区的法律、行政法规规定广告中应当明示的内容，应当显著、清晰表示。

第二节 禁止性内容

除第九条所规定的内容之外，相关广告不得包含、倡导或推广违法或用户可能不会接受的内容，包括：

（一）违法产品或服务；

（二）错误信息（包括已被第三方核查机构辟谣的内容等）；

（三）歧视性内容；

（四）基于种族、族裔、原国籍、宗教信仰、性取向、种姓、生理性别、社会性别、性别认同、严重疾病、残疾或移民身份等特征声称某人或某一类人对他人的人身安全、健康或生存构成威胁的挑衅内容。

相关广告不得包含、倡导或推广可能欺骗或误导用户的内容，包括：

（一）具有欺骗或误导行为的（包括意图骗取用户的钱财或个人信息的）商品、服务、方案或机会；

（二）旨在帮助用户实施作弊或欺骗行为的商品或服务；

（三）有关健康、减肥或经济机会的不切实际的结果的承诺或建议；

（四）常与具误导性或欺骗性促销活动联系在一起的金融产品和服务；

（五）间谍软件、恶意软件或任何会导致意料外或欺骗性体验的软件；

（六）不存在的功能。

相关广告不得包含、倡导或推广可能对用户健康和安全造成负面影响的危险性内容，包括：

（一）所在司法管辖区域认定为违禁或娱乐性药物，以及其他不安全物质、产品或补充剂的销售或使用；

（二）武器、弹药或爆炸物的销售或使用；

（三）烟草或尼古丁产品及相关用具的销售或使用，戒烟产品除外。

相关广告不得包含、倡导或推广可能导致用户体验不佳并引起强烈反感的内容，包括：

（一）成人内容，包括裸露内容、露骨或性暗示姿势的描述内容，或者属于过度性暗示或性挑逗的行为，以及成人用品和服务；

（二）不雅语言；

（三）劣质或破坏性内容，包括具有误导性的广告定位（例如使用过度炒作的标题或会引诱用户违心参与广告互动的提示），以及将用户引导至仅包含极少原创内容，且大部分为不相关或低品质广告内容的落地页；

（四）明示或暗示个人特征的内容，包括直接或间接明示或暗示某人的种族、民族、宗教、信仰、年龄、性取向或行为、性别认同、残疾、身心健康状况（包括精神状态）、弱势群体经济状况、投票状态、工会成员身份、犯罪记录或姓名；

（五）触目惊心、骇人听闻或过度暴力的内容；

（六）出售人体器官内容。

相关广告内容不得损害未成年人和残疾人的身心健康。

相关广告内容不得贬低其他生产经营者的商品或者服务。

禁止使用未授予专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利作广告。

麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品等特殊药品，药品类易制毒化学品，以及戒毒治疗的药品、医疗器械和治疗方法，不得作广告。

第三节 相关标准要求

相关广告应当具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告。

广告中表明推销的商品或者服务附带赠送的，应当明示所附带赠送商品或者服务的品种、规格、数量、期限和方式。

广告内容涉及的事项需要取得行政许可的，应当与许可的内容相符合。

广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容的，应当真实、准确，并表明出处。引证内容有适用范围和有效期限的，应当明确表示。

广告中涉及专利产品或者专利方法的，应当标明专利号和专利种类。未取得专利权的，不得在广告中谎称取得专利权。

第四节 特定内容限制

推广或提及酒类商品的广告必须符合适用的司法管辖区法律，以及强制或既定的行业规范、准则、许可和审批。作为最低要求，该类广告不得以未满18岁的用户为目标受众。

医疗、药品、医疗器械广告不得含有下列内容：

- （一）表示功效、安全性的断言或者保证；
- （二）说明治愈率或者有效率；
- （三）与其他药品、医疗器械的功效和安全性或者其他医疗机构比较；
- （四）利用广告代言人作推荐、证明；

（五）法律、行政法规规定禁止的其他内容。

宣传诸如避孕用品和计划生育之类的性和生殖健康类产品或服务的广告必须定位18岁以上的受众，且不得强调性快感。

推销非处方药的广告必须遵守适用的当地法律、强制或既定的行业规范、准则、许可和审批，并采用符合本地适用法律的年龄和国家/地区定位条件。作为最低要求，广告不得以未满18岁的用户为目标受众。

交友服务类广告须遵守交友服务受众定位要求以及交友类广告发布准则。

推广减肥商品和服务的广告仅能面向年满18岁的用户投放；推广整容手术的广告仅能面向年满18岁的用户投放；推广膳食、保健或草药类补品的广告仅能面向年满18岁的用户投放。

推广信用卡、贷款或保险服务的广告只能定位年满18岁的用户，且不得在广告的目标位置（落地页）页面中直接请求输入任何个人身份识别信息。

第三章 广告行为

广告主、广告经营者、广告发布者不得实施侵害或侵犯任何第三方知识产权的行为。侵权行为包括但不限于推广或销售假冒产品，例如盗用商标（名称或标志）的产品，或模仿正品功能制造的仿品等，本制度倡导的行为包括：

（一）在推广素材中露出第三方名称、logo或已经注册过的商标信息的，广告主应取得对应商标授权；

（二）禁止使用未经授权或在授权范围以外的他人名义或肖像；

（三）使用歌曲应在素材中标明歌曲名称；

（四）禁止其他涉及侵权第三方权益的内容。

广告主在广告中使用他人名义或者形象的，应当事先取得其书面同意；使用无民事行为能力人、限制民事行为能力人的名义或者形象的，应当事先取得其监护人的书面同意。

广告不得使用非正当手段，故意规避本公司的广告审核流程，其中包括试图使用技术手段掩盖广告内容或目标位置页面（落地页）。

广告发布者向广告主、广告经营者提供的覆盖率、收视率、点击率、发行量等资料应当真实。

广告主、广告发布者不得使用定位选项来歧视、骚扰、煽动或蔑视用户，也不得采取掠夺性的广告宣传行为。

广告主不得利用危机和争议事件以此牟取商业利益。

广告主、广告经营者、广告发布者制作、发布、投放等广告行为不应侵害任何第三方的其他合法权益。

第四章 审核和监督管理

第一节 审核

广告主发布的每一条广告都需遵照本广告合规管理制度接受本公司审核，广告被投放之后依然会被广告发布者再次审核。

本公司的广告审核系统主要采用自动化审核与部分手动审核相结合的方式，确保本制度妥善执行。

如果在审核流程中的任意环节发现违规，相应的广告将无法通过审核，并且相关业务账户或其资产也可能受限。

如果广告主的广告未通过审核或认为其业务账户或其资产受限属于误判，广告主可申请对相关决定进行复审。

在本公司审核过程中，广告主、广告发布者应当积极协助、配合，不得拒绝、阻挠。

第二节 监督和管理

除了审核单个广告，本公司也会监控和调查广告主的行为，并针对违反本制度、合作平台广告守则或其他适用政策的广告主帐户施加限制。

如果广告发布者、用户认为相关广告违反了我们的管理政策，可以向公司进行举报。

消费者协会和其他消费者组织对违反本制度规定，侵害消费者合法权益，以及其他损害社会公共利益的行为，可以依法进行社会监督。

第五章 附则

广告主有责任了解和遵守本制度、所签署合约条款和任何其他适用条款和准则中概述的政策，相关法律法规，以及自律广告发布准则（如适用）。

因投放形式、内容多样化及相关法律法规的不时更新，本制度未能涵盖所有广告合规事项。

本公司有权根据法律法规及运营需要，不断对本制度进行完善和调整，本制度始终以最新版本为依据，自新版本发布生效日起，旧版本自动废行。