

Accuity广告条款和条件

所有广告均依据下文所列Accuity的标准条款和条件（以下简称“本条款和条件”）以及引述本条款和条件的订单中规定的附加条款和条件。广告主知悉有义务遵守与接受或使用Accuity广告服务相关的所有适用的法律（如下文所列）。

ACCUITY INC. (“Accuity”) 广告主条款和条件

总则

1. Accuity Inc.接受的在其任何纸质刊物或电子刊物上刊登的所有广告均受相关条款和条件的约束。除非Accuity以书面形式许可，买方提出的任何其他条件均无效。

2. 在本条款条件中：

“Accuity网站”指出售广告的Accuity网站；

“广告主”指商品或服务刊登广告的人；

“广告”指展示广告、招聘广告、网络广告、电子邮件广告、邮购广告和分类广告，而且包括广告插页、增补插页和重定向广告；

“买方”指下订单登载广告的人；

“法律”指任何联邦、州、市、地方、地区或其他政府部门、监管机构、司法或行政机构（无论国内、国际或国外）的宣言、法令、指令、立法性法规、命令、条例、法规、规则或其他具有法律约束力的限制条件，经不时修订；及，

“媒体”指接受登载的纸质刊物或网络刊物。

3. 所有广告是否刊登均以媒体刊物的版面为准。

4. 若Accuity知悉存在任何债权人会议、破产、清算程序、委任接管人或行政接管人负责接管买方的全部或大部分资产，或者任何迹象表明出现经济困难，Accuity保留取消任何订单而不承担任何责任的权利。

5. 上述条件以及Accuity与买方合同中的所有其他明确条款应受美国纽约州法律管辖并按美国纽约州法律解释，双方特此接受美国纽约州的州法院和/或联邦法院的非专属管辖权管辖。

买方以委托方身份签约

6. 买方保证其以委托方身份与Accuity签订合同，但买方可能代表广告主直接或间接承担广告代理商或媒体采购方或其他某种代表身份。如果买方作为广告主的广告代理商，则买方保证其向Accuity登载广告已获广告主授权。

资料交付和所有权

7. 交付的资料必须符合Accuity的规范。Accuity保留向买方收取修改资料以符合Accuity规范所需的费用的权利，且对修改工作不承担任何责任。

8.由Accuity准备的设计所包含的任何知识产权仍属于Accuity的财产，包括此类设计在内的广告在未经Accuity同意的情况下不得复制。

预订程序

9.如果广告包含商品促销、竞争或特别优惠，广告主必须根据要求向Accuity提供全部详细信息。

价格与付款方式

10.Accuity不时公布的价格可能随时变更，所接受订单的价格仅在适用的价目中指定的期限内对Accuity具有约束力。

11.系列折扣仅适用于提前预订并在约定期限内完成的订单。如果在该期限内未完成一系列广告，Accuity保留调整预付折扣和/或附加费的权利。除非在第23段规定的情况下，如果买方取消登载一系列广告的合同余额，买方放弃任何系列折扣，所有广告均须按相应价格支付。

12.价格不包括买方另外应向Accuity支付的适用消费税、销售税或使用税。

13.还款账户必须根据账单所示条款结算，依全额付清。默认情况下，所有未完成的交易应立即结算。按月收取逾期账款利息，利率比美联储在收取此类费用之日的贷款利率高2%。

Accuity责任限制

14.除第15段的规定外，对于买方因计划登载广告的任何媒体出现出刊、发行或流通完全或部分失败（不论任何原因造成）而遭受任何损失或损害赔偿，或者该广告出现任何错误、印刷错误或遗漏，Accuity概不负责。若因Accuity原因造成错误或遗漏，从而严重损害广告的，则Accuity须在下一期刊物中重新刊登该广告或该广告的相关部分，或对买方支付的价格进行合理的退款或调整。对于任何其他错误或遗漏，或者由于交付的资料不符合Accuity规范而导致错误或遗漏，则不进行重新刊登、退款或调价。

15.Accuity因其自身及其员工或代理商与任何广告相关的任何作为或不作为而须向买方承担的责任总额不应超过向Accuity支付的该广告价格的全额退款或再登或重制相若广告所需的成本。在不限制前述规定的前提下，Accuity不对任何利润或业务损失或间接或后果性损失承担责任。对于多次刊登的广告中出现重复错误，Accuity不承担任何责任，除非错误发生时立即收到通知。关于印刷广告翻印的投诉必须在封面日期起一个月内以书面形式回复收讫。

16.对于买方及其代理人或员工提供的任何照片的翻印质量，Accuity不承担任何责任。

撤销或暂停

17.Accuity必须在相应媒体指定的期限内以书面形式回复收讫买方的广告撤销或暂停。接受撤销或暂停的期限因制作要求差异而各不相同。

18. Accuity保留在具充分理由时随时遗漏或暂停广告的权利，而且不对买方承担责任，但应尽快通知买方。若因买方、广告主或其各自的员工或代理人的作为或违约造成此类遗漏或暂停，则即使广告尚未出刊，买方仍应全额支付广告费用。

买方的保证和赔偿

19. 买方保证广告不违反任何相关法律，且不侵犯任何第三方的权利。

20. 如果任何提交刊登的广告包含任何活人的姓名或图像（摄影或其他）和/或任何活人容易让人认出的任何部位和/或文案，买方保证买方或广告主已获得该活人授权使用其姓名、图像和/或文案。

21. 若有任何索赔声称广告侵犯任何人的版权、商标或其他知识产权或者诽谤或侵犯任何人的任何其他权利，买方须赔偿Accuity并保护Accuity免受损害。如果Accuity有合理依据认为广告可能使Accuity或广告主为任何投诉、索赔或诉讼担责，则Accuity保留撤销和/或拒绝刊登广告的权利，而不对买方承担任何责任。

22. 买方自行负责履行和处理广告涉及的与商品、服务或促销相关的任何命令或调查，并相应地赔偿Accuity并保护Accuity免受损害。

印刷广告

23. 无需Accuity申请，买方必须提供广告文案。如果在约定的日期之前未收到文案说明，则不能保证提供任何约定的证明或做任何修改，Accuity保留重复使用最新的文案或遗漏广告的权利。如果向买方提交文案排版或改稿，则必须在指定日期返回，若在指定日期未返回排版或改稿，Accuity保留按提交的任何排版或改稿原样刊登广告的权利。在上述任何情况下，订单的总价格将保持不变。

24. 如果Accuity认为有必要修改版面或更改广告日期或位置，或对接受登载的广告进行任何其他改动，买方有权在所要求的改动不可接受的情况下取消刊登该广告。

25. 若Accuity已接受广告且广告包含插页，Accuity保留在插页未能按约定的刊登日期和地点交付时收取全额的权利。

26. 由于买方或广告主的作为或违约造成印刷厂需耗费额外的制作工作量，将向买方收取费用。

27. 展示广告费用总额均由买方缴纳或应缴纳任何税款。如果下单的买方是广告代理商，则买方须负责缴纳任何此类税款。如果由广告主直接刊登广告，Accuity保留将适用税款纳入广告总费用，收取广告主直接应缴纳的任何税款的权利。

分类广告

28. Accuity不能保证任何印刷广告的位置。版面允许的情况下，广告会尽可能靠近所选位置。Accuity保留修改媒体或广告中任何分类或行业标题措辞的权利。

29.若要申请取消订单或订单减量，仅当Accuity在签署订单后28（二十八）天内收到书面申请方可予以考虑，前提是在最终文案日期前至少28（二十八）天发出通知。

30.卖方必须以书面形式及时确认印刷版文案的变更，以便Accuure对广告进行修改。Accuity保留对此类修改所涉及的任何额外费用收费的权利。

网络广告

31.买方必须在上线日期上午9点之前至少2个工作日向Accuity提供完整的创意内容，格式应符合Accuity针对此类内容的在线广告格式。若要取消或更改订单，买方必须在上线日期上午9点前至少2个工作日通过电子邮件或发送传真至订单上所列号码或地址的形式通知Accuity。否则，Accuity可能无法如期完成上线，而买方则必须全额付款，无论是否满足任何曝光量的交付目标。

32.如果买方以重定向广告形式提供创意素材或轮换用的创意变更，买方必须提前通知Accuity。

33.如果广告链接到另一个站点，买方负责维护链接和所链接站点的内容。Accuity可以删除包含其认为具有诽谤性或引起异议或损害Accuity声誉的内容或站点链接的任何广告。买方将赔偿Accuity因广告中包含的链接引起的任何索赔或负债。

34.广告可能只包含在相关的Accuity网站上有效刊登广告所需的信息和代码。广告不得包含标签、cookie、信标或类似技术，此类技术可识别任何Accuity网站的用户，或让买方或任何第三方能够使用除该广告之外的任何广告为此类用户提供服务。

35.如果提供的广告不符合上述条款和条件，或者Accuity收到广告投诉，Accuity可以自行决定将广告从展示中删除，无需向买方提及或承担责任。

36.如果广告按CPM模式收费，Accuity将在整个广告活动期间定期向买方提供交付统计数据和活动报告。Accuity提供的统计数据和其他报告须无任何明显错误，对买方具有约束力，并代替任何其他审计权利。

37.如果Accuity或其可能不时投放和提供广告的第三方分包商在展示任何广告时出错，买方唯一的补救措施是承担重新刊登相关广告的费用。对于因其无法控制的情况而未能展示广告，Accuity及其分包商均不承担责任。