

## 代理服务附录 – 最后更新日期：2024 年 7 月 18 日

本代理服务附录（“附录”）是对双方现有协议的补充。本附录中以粗体字显示但未作定义的术语，应具有主协议中赋予的含义。如果本附录与本协议或任何其他附录存在任何冲突，以本附录为准。

### 1.定义

在本附录范围内，协议中提到的“客户”是指代理机构（定义见下文），主协议或适用的服务附录中提到的“客户数据”是指代理客户数据（定义见下文）。

“**代理机构**”指在订单中被标识为客户的一方。

“**代理客户**”指代理机构可能代表的使用服务的一方或多方。

“**代理客户数据**”指代理客户向代理机构提供的数据。

“**受偿人**”在本附录中的具有主协议或监测服务附录（如适用）中规定的含义，并且包括每个代理客户。

### 2.代理条款

**2.1 供应商数据许可。**代理机构使用供应商数据的许可延伸至仅限于其代理客户的内部业务目的。

**2.2 代理客户数据许可。**代理机构应拥有所有必要的权利、许可和权限以授予供应商为提供服务之目的而处理其代理客户数据的权利。

**2.3 代理机构责任。**代理机构将仅根据本协议使用服务，并且必须将本协议和任何适用的服务附录中所述的适用于服务的限制告知代理机构客户。代理机构应对代理客户的活动负责，如同这些活动是代理机构的活动一样。

**2.4 使用指标。**除非订购单另有规定，使用指标是代理机构可用的最大值，代理机构可将其在所有代理客户账户中自由分配，但须遵守服务可能要求的最低限度（例如，如果代理机构拥有多个代理客户，则使用指标必须分配给所有代理客户，但数量不一定相等）。

**2.5 无顺序责任。**代理机构全权负责向供应商支付订单中规定的费用。代理客户未能向代理机构付款的，不免除代理机构根据本协议向供应商支付费用的义务。

**2.6.更新。**本附录可能会定期更新，以涵盖产品或技术发展、法律变更或包含内容供应商要求的条款。重大变更的通知将按照法律要求发出。在遵守上述规定的前提下，继续使用这些服务将被视为接受这些条款。

### 3.代理限制

**3.1 代理机构和代理客户对服务的访问。**未经供应商同意，代理机构不得创建登录凭证。供应商平台的访问权限仅供代理机构代表其代理客户使用，但不直接供代理客户使用。本第 3.1 条不适用于 **Brandwatch** 消费者研究/消费者情报、社交媒体管理和影响力服务。

**3.2 使用限制。**在未与 Cision 或 Brandwatch 签订经销商协议的情况下，代理机构及其代理客户不得销售或转售服务。