

AI Marketing Crew 服务条款

供应商：Deliverychinatech Pte. Ltd.

UEN：201835327N

所在地：新加坡

服务品牌：AMC - Your AI Marketing Crew

版本：AMC-SMSA-v1.11

生效日期：2026-08-31

接受与订阅确认

本协议由 AMC 订阅流程生成。合同编号、套餐、订阅周期、费用、增值服务、付款方式及签署日期，以客户提交的订单、已接受的报价单、发票、工作说明或双方书面确认为准。

客户签署报价单、接受订单或服务协议、勾选服务协议确认框、提交订阅订单、支付订阅费用、创建品牌工作区，或继续使用 AMC 服务，即表示客户已确认并同意本服务条款，包括生成式 AI 风险确认、数据权利与保护义务、知识产权责任、内容审批义务、第三方平台限制、费用义务、退款条款及责任限制。

本协议受新加坡法律管辖。

1. 双方

客户：订阅或使用 AMC 服务的个人或机构。

供应商：Deliverychinatech Pte. Ltd.，UEN 201835327N，位于新加坡，运营服务品牌 AMC - Your AI Marketing Crew。

2. 服务说明

AI Marketing Crew ("AMC") 是一套面向市场营销与销售内容生产的专业解决方案，支持品牌工作区设置、业务与品牌背景收集、营销活动流程、AI 辅助内容生成、媒体素材管理、审核批准流程、发布协调、报告、建议、业务数据导出及交接文档。

AMC 可包含 AI Staff 功能，协助日常运营跟进、品牌语气设置、品牌背景生成、内容草稿、图片或视频提示词生成、平台化文案、活动创意、评论回复建议、排期流程、使用报告和增长复盘。

3. 套餐范围

具体套餐、订阅周期、交付内容、平台覆盖、使用限制、费用、增值服务及付款节点，以已接受的报价单、订单、发票、工作说明或书面确认为准。未以书面明确包含的项目，均不属于服务范围。

专业到店拍摄、KOL 分发、多门店支持、大众点评/美团运营、点餐或预约网站支持、平台代运营、物流协调或定制服务等增值服务，只有在报价单或订单中明确列明时才包含。除非另有书面约定，第三方供应商费用、达人费用、平台费用、支付处理费用及媒体投放费用由客户承担。

4. 客户与用户义务

客户应：

- 提供准确的公司、品牌、门店、产品、价格、促销、菜单、服务及业务联系方式；
- 及时提供访问权限、授权、素材、审批和有权决策人；
- 确保审批用户有权代表客户审批内容和服务决定；
- 确认客户提供的素材已拥有、获得许可或被授权用于商业用途；
- 告知 AMC 受限制声明、受监管产品、敏感主题、许可限制、品牌安全限制或平台特定限制；

- 避免上传不必要的个人数据、敏感个人数据、消费者隐私记录、支付卡数据、NRIC 或护照号码、员工 HR 数据或健康数据，除非双方另有书面约定且已具备法律要求的保护措施；
- 维护客户账号、密码、设备、第三方平台访问权限及授权用户的安全；
- 支付已确认费用、税费及由客户承担的第三方成本。

5. 内容审批与发布

除非双方书面明确约定自动发布或预批准发布模式，所有 AI 生成或运营人员准备的内容在客户或授权代表批准前均为草稿。

客户负责在批准前核对事实准确性、优惠有效性、价格、促销条款、产品供应、监管声明、法律合规、品牌适配性和商业适配性。

AMC 将以合理谨慎提供服务，但不保证在发布前发现所有平台、法律、监管、品牌、事实或商业问题。

6. 生成式 AI 风险确认

客户理解，生成式 AI 辅助输出可能包含错误、不完整信息、不合适措辞、过时信息、有偏假设、不当语气、虚构细节、不准确翻译、重复创意，或需要进一步审核后才能使用的内容。

生成式 AI 工具不得作为法律、财务、医疗、监管或其他专业建议的唯一依据。涉及受监管行业、健康声明、财务声明、价格声明、雇佣声明、公共安全、促销、比赛或法律敏感事项的内容，客户应在发布前自行审核，并在适当情况下由合格专业人士审核。

客户不得向 AMC 输入机密、不必要个人、敏感、受监管、非法、诽谤、歧视或第三方专有材料，除非客户有权使用该材料且该使用对服务而言必要。

AMC 可通过限制性提示词指导、人工审批节点、草稿状态、支持升级、数据最小化、内容修订、人工复核和运营日志等保护措施降低生成式 AI 风险。但这些措施不能免除客户在对外使用前审核和批准内容的责任。

7. 数据权利与保护

AMC 使用业务资料、品牌信息、已批准素材、活动简报、平台或渠道配置、运营记录和业务联系方式进行 B2B 服务协调。标准 AMC 服务围绕业务、品牌、活动和运营数据设计，并不需要消费者个人数据或敏感个人数据。

客户确认其有权提供、上传和处理提供给 AMC 的业务数据、品牌素材、图片、视频、Logo、品牌指南、样例帖子、活动材料、平台截图、账号访问信息及其他材料。

客户授予 AMC 在服务期内一项非独占、全球、免版税许可，仅用于为客户提供、运营、支持、改进、记录及交接其订阅的 AMC 服务。

双方均应对非公开业务信息、商业条款、报告、凭证、客户数据和运营记录保密。如双方另行处理个人数据，均须遵守适用个人数据保护法律，包括适用时的新加坡 PDPA。

8. AI 生成内容的知识产权保护

客户确认，所有上传的品牌素材、图片、视频、Logo、品牌指南、样例帖子、参考材料和活动材料均由客户拥有、已授权给客户或已获准用于客户商业用途。

客户不得要求 AMC 或其 AI 功能复制竞争对手内容、复刻第三方活动口号、模仿受保护品牌识别、未经授权使用知名角色、Logo 或歌词，或以可能侵犯第三方知识产权的方式生成内容。

当发现潜在知识产权、品牌安全或权利清理风险时，AMC 可阻止、修改或标记相关提示词和草稿输出并转入人工复核。AI 生成内容仍为草稿，须经客户或授权代表审核批准后方可发布或对外使用。

客户提供的材料仍归客户或其许可方所有。为客户在付费套餐下专门制作并最终批准的活动材料，客户可用于自身业务。AMC 保留其平台、软件、模板、流程、提示词、方法论、可复用框架、专有知识、内部工具和既有材料的所有权。

9. 第三方平台

AMC 可支持 Google Business Profile、Instagram、Facebook、TikTok、WhatsApp、网站、预约链接、分析工具及其他第三方平台相关工作流。

本条款仅约束 AMC 与客户。AMC 不对第三方平台故障、政策执行、账号暂停、API 变更、数据延迟、排名变化、审核决定或平台决定负责。客户仍须遵守第三方平台条款。

10. 费用与不包含成本

费用、付款节点和账单频率，以已接受的报价单、订单或发票为准。

广告媒体费用、PPC、广告购买、帖子加热、购买点赞或粉丝、达人/KOL/创作者费用、礼品、餐食、交通、外呼营销、购买数据库、第三方托管、维护、SSL、域名费用、硬件、直播设备、第三方培训课程、平台订阅和支付处理费用，除非另有书面说明，均不包含在服务费内。

11. 报告与交接

AMC 可提供使用报告、活动报告、数字素材日志、已发布内容记录、数据分析摘要和交接清单。

服务完成或终止时，在客户结清未付款项的前提下，AMC 将合理交接已批准策略文件、活动报告、客户自有素材、已发布内容日志以及适用的平台访问说明。

12. 服务支持与问题解决

AMC 在新加坡公共假期除外的周一至周五 09:00 至 18:00（新加坡时间）通过在线支持、电子邮件、联系表单或远程会议提供售后支持。电子邮件和联系表单可随时提交，并将在支持时间内处理。

AMC 将以商业上合理努力按以下目标响应时间确认并分流支持请求：关键服务访问问题 1 个工作日内，标准产品或流程问题 2 个工作日内，一般问题或变更请求 3 个工作日内。

解决时间取决于问题严重程度、客户配合、第三方平台可用性、账号权限、客户提供信息及技术复杂度。AMC 可提供替代方案、修正、支持指引、升级计划、变更请求或排期产品修复。由客户系统、第三方平台、权限缺失、未支持范围或客户延迟输入导致的问题，不适用保证解决时间。

13. 保密与安全

双方均须对从对方获得的非公开业务信息、商业条款、报告、凭证、客户数据、运营记录、技术信息或其他保密信息保密，不得向第三方披露，除非披露是为提供服务、遵守法律，或涉及受保密义务约束的专业顾问、承包商或服务供应商。

AMC 将采用适合服务性质的合理行政、技术和运营安全措施，可能包括访问控制、基于角色的权限、运营日志、安全托管实践、数据最小化、凭证处理控制、备份或恢复程序，以及在相关平台或服务商支持时对传输中数据进行合理保护。

如任一方发现影响客户数据或服务凭证的实际或疑似重大未经授权访问、披露、丢失或泄露，应在确认后无不当延迟通知另一方，提供可用相关信息，配合合理调查和补救，并采取合理措施降低进一步风险。客户应及时通知 AMC 涉及客户账号、设备或第三方平台的未经授权访问。

14. 支持、变更与修订

标准支持包括正常产品使用、流程协助、套餐说明和合理故障排查。如报价单未列明修订次数，每个活动素材包含最多 2 轮修订。

额外修订、重大变更、紧急交付、新范围或因客户延迟输入导致的变更，可能需要变更请求并产生额外费用。

15. 退款、取消与终止

退款与取消按已接受的报价单、订单及适用法律处理。已执行工作、已激活订阅周期、已完成报告、已完成 onboarding 和已交付素材的费用，除非另有说明，均不予退款。

AMC 可在可行情况下给予合理通知后，因未付款、误用、安全风险或违约而暂停服务。

16. 不保证结果

AMC 将以合理谨慎和技能提供服务，但不保证销售额、收入、利润、ROAS、转化、触达、粉丝、点赞、互动、搜索排名、Google Maps 排名、评分提升或第三方平台表现。

除非书面明确保证，KPI 为活动目标或衡量参考，并非保证结果。

17. 责任限制

在法律允许的最大范围内，AMC 因服务产生或与服务相关的总责任，以客户在导致索赔事件发生前 3 个月内为受影响套餐支付的费用为上限。

AMC 不对间接、后果性、特殊、惩罚性或利润损失承担责任。

18. 接受

客户通过签署报价单、订单或服务协议、书面确认接受、勾选协议确认框、提交订阅订单、支付订阅费用、创建品牌工作区或继续使用服务，即接受本条款。