

Adobe Stock 附加条款

上次更新：2016 年 10 月 15 日。替代 2016 年 6 月 16 日版本全文。

您使用 Adobe Stock 的服务及作品（见下文定义）应遵循本附加条款，本附加条款是 www.adobe.com/go/terms_cn 上“Adobe.com 使用条款”（与本附加条款统称为“**条款**”）的补充和其中一部分。本附加条款中未定义的加引号术语与“Adobe.com 使用条款”中的定义相同。

1. 定义。

1.1 “**网站**”指 Adobe Stock 或其他 Adobe 网站。

1.2 “**作品**”指照片、插图、图像、视频、3D 资产、模板（包括模板中包含的或随模板一起提交的任何有版权的资料）、或您通过任何网站购买或下载的其他绘画或图形作品。

2. 所有权。

除条款明确授予外，我们及我们的许可人保留作品的所有权利、所有权和权益。本“**条款**”并未将“**作品**”的任何所有权或所有者权益转让给您。

3. 作品许可。

3.1 **标准许可**。我们授予您按照条款规定，出于营销、推广、内部展示或装饰、数码制作（如移动广告、移动应用、电子卡片、电子出版物（电子书、电子杂志、博客等））的目的以及个人或非商业目的，在全球范围内非独占地永久使用、复制、修改或展示作品的许可（“**标准许可**”），许可不得转授和转让，且应受第 4 条（限制）的限制。除非您为相关作品购买了“增强许可”（见下文定义）或“扩展许可”（见下文定义），否则您不具有这两种许可。

3.2 **增强许可**。在遵守“**条款**”的情况下，如果您购买了增强许可，则您将享有“**标准许可**”所授予的权利，但不受第 4.2(A)条（“**增强许可**”）的约束。除非您为相关“**作品**”购买了“**扩展许可**”，否则您不具有该许可。

3.3 **扩展许可**。在遵守“**条款**”的情况下，如果您购买了“**扩展许可**”，则您将享有“**增强许可**”所授予的权利，并且可以将“**作品**”加入到商品或其他原创作品中进行传播（“**扩展许可**”）。需要明确的是，您可以使用、复制、传播或展示与以下内容相关的“**作品**”：

(A) 用于转售的电子模板和设计模板应用；

(B) 任何用于转售或分销的商品或服务，包括但不限于马克杯、T 恤、海报、贺卡或其他商品，以及任何“按需印刷”服务；

(C) 通过媒体进行的用于推广货物或服务的公关活动。如果您将“**作品**”加入到将公诸于媒体的促销新闻材料中，那么您可以向媒体提供独立的图像文件，但前提是媒体仅可连同新闻稿一同发布“**作品**”，不得以任何其他方式使用或传播“**作品**”。

3.4 社论类作品。您只能出于非商业目的并以社论的形式使用、复制和展示网站上指定为“仅用作社论”的“作品”（“社论类作品”），并受第 4.3 条（社论类作品使用限制）以及与“社论类作品”相关的文档中任何其他限制的约束（如只能在特定区域使用某些“社论类作品”）。如果您另外获得了使用“社论类作品”所需的许可和准许，则您可以将其用于商业目的。以社论的形式，是指您可以在报纸或杂志文章、博客或类似媒体中使用与具有新闻价值或文化意义的活动相关的“社论类作品”。您也能够以社论的形式使用未被标记为“仅用作社论”的其他“作品”。对于以社论形式使用的所有“作品”，您必须按照如下格式给出与“作品”相关的版权说明：© 作者姓名 - stock.adobe.com。

3.5 员工和承包商使用。您不可传递未经修改的“作品”。但是，您可以向员工或分包商传递包含“作品”或其允许的衍生作品的文件，但前提是员工和分包商同意遵守“条款”中的限制，且仅代表您使用“作品”。除此之外，员工和分包商对“作品”无其他使用权。

3.6 客户使用。您可以为了客户的利益使用“条款”中授予的许可，但前提是您需要将您的许可转让给您的客户，并且您的客户必须遵守“条款”及相关限制。您对您客户使用“作品”的行为承担全部责任。如果您打算为了其他客户的利益使用同样的“作品”，则您必须另外购买该“作品”的许可。

3.7 数字图书馆。您可以创建数字图书馆、网络配置或类似系统，以使您的员工和客户可以查看“作品”。

3.8 保留。如果某“作品”违反“条款”，则我们可命令您停止使用、传播和占有该“作品”，且您必须听从命令，立即终止这些行为。我们保留“条款”中未明确授予的所有权利。

4. 限制。

4.1 一般限制。您不得滥用“作品”。除第 3 条（作品许可）明确允许的外，您不得：

(A) 以允许第三方将“作品”作为独立文件或电子模板使用、下载、提取或访问的方式，将“作品”或任何修改后的“作品”作为独立内容或在线数据库或任何其他数据库的一部分进行出售、许可或分销，或者使用、许可或分销任何包含该等作品的衍生产品；

(B) 与任何其他个人或实体分享“作品”，或以可下载的格式或在电子公告板上在线发布“作品”；

(C) 以诽谤、毁谤、中伤他人、淫秽或下流的方式使用、复制、传播、处理、修改或展示“作品”（单独使用或与任何其他原创作品一起使用）；

(D) 删除任何以原始下载形式或任何允许的副本形式在“作品”中出现、嵌入或与“作品”有关的任何版权或专属公告或其他信息；

(E) 将“作品”加入到商标或服务标识中；

(F) 将“作品”用于任何会被认为暗示“作品”的创作者或出现在“作品”中的个人或财产（如有）认可任何政治、经济或其他主观性运动或聚会的行为；

(G) 以让任何人不堪的方式出现在照片中或以诽谤、非法、不道德或冒犯他人的方式使用“作品”，包括但不限于将“作品”用于色情文学、烟草广告、成人娱乐会所或类似场所（如三陪服务）的广告或者政治承诺，或以暗示精神或身体疾病或障碍的方式使用“作品”；或者

(H) 在没有附上版权说明的情况下，以社论形式使用“作品”（或“社论类作品”）。

4.2 其他限制。

(A) 除您有“作品”的“增强许可”或“扩展许可”，否则您复制或允许“作品”被复制的次数不得超过 500,000 次。例如，“作品”不可出现在 500,000 份以上的印刷材料中（传单、广告、封面、包装等）。同样，不可将“作品”加入到预计观众总数会超过 500,000 的电视节目、视频或其他数字产品中。该限制不适用于(1)仅在网站、社交媒体站点或移动应用中展示的“作品”；或者(2)视频类“作品”。本第 4.2(A)条不适用于通过 Adobe Stock Enterprise 服务授予“作品”许可的成员（“**Enterprise Stock 成员**”）。

(B) 除非您拥有“作品”的“扩展许可”，否则只有在下列情形下，您可以将“作品”加入到商品中进行传播：
(1)对“作品”进行了修改，且修改后的作品与原始“作品”几乎没有类似之处，可以作为原创作品；或者(2)商品的主要价值不在“作品”本身。需要明确的是，“标准许可”和“增强许可”不允许在用于转售的海报上使用未经修改的“作品”，因为海报的主要价值在于“作品”本身。

(C) 除非您拥有“作品”的“扩展许可”，否则您不可在任何电子模板、设计模板或应用（如网页设计或演示文稿模板或者电子贺卡或名片模板）中使用和加入“作品”。

4.3 社论类作品使用限制。对于“社论类作品”，您不得：

(A) 出于任何商业目的，包括广告、促销活动、“社论式广告”（如评论文章形式的杂志广告），使用“社论类作品”；或者

(B) 修改“社论类作品”，但对技术品质（如色调或亮度）进行微调或轻微裁剪或修改尺寸，能保持“社论类作品”情境和意义的修改除外。

4.4 网站使用。即使“条款”中有任何相反规定，在使用和展示网站中的“作品”时，您必须采取所有合理措施，防止网站访客下载或二次使用“作品”。

4.5 社交媒体的使用。若满足以下两个条件，则您可以在“社交媒体站点”上张贴或上传未经修改的“作品”版本：(A)您在“作品”中加入了版权说明（©作者姓名 - stock.adobe.com）；(B)“社交媒体站点”的使用条款不包含声称向任何人授予“作品”或修改“作品”相关的任何专有权利或所有权的任何规定。“**社交媒体站点**”指以用户进行社交互动和让用户通过社交互动分享内容为主的网站或应用。

4.6 使用 Creative Cloud Team 进行分享。使用通过您的 Creative Cloud Team 所许可“作品”的团队成员必须全部来自同一个法律部门。最多可以有 10 名团队成员使用您的团队计划。如有超过 10 名成员需要访问服务或如果您需要涵盖其他法律实体的许可，则需要制定企业计划。

4.7 使用 Creative Cloud Enterprise 进行分享。使用通过您的 Creative Cloud Enterprise 或 Adobe Enterprise 所许可“作品”的 Enterprise Stock 成员可以来自企业内的不同法律部门。企业的任何成员均可使用“作品”的所有此类许可。

5. 付款与订阅。

5.1 付款。 如果您购买订阅计划，即授权我们向您收取订阅费（会在购买时列出）。除非您在续订之前取消，否则我们将自动为您续订。如果我们无法向您的帐户收取相关费用，则我们可能会暂停或终止您的订阅。订阅费用可能会在续订时调整。您应承担您的账户被禁用或终止之前所发生的所有收费。即使您的订阅在到期前终止，亦不退还任何费用。

5.2 您不可转让您的订阅或允许他人使用您的订阅，即使对方是您的附属公司、同事、承包商或员工。只有授权用户可以使用订阅。但是，您可以通过订阅，为更多用户购买“作品”使用许可。发出请求后，您必须提供授权用户的名单。授权用户下载的所有“作品”均只能代表您使用。您以及所有授权用户就遵守“条款”对我们负有共同连带责任。

5.3 未使用的下载内容。 如果您在订阅失效之前完成续订，且没有减少订阅价值，则我们可允许将未使用的下载内容结转到新的订阅中（有金额上限）。

5.4 超额使用。 如果您超过了分配给您订阅计划的下载量，则我们可以使用您购买订阅计划时向我们提供的支付信息，按照当时有效的费率对这些额外下载内容收取费用。这些额外下载内容的价格可能与您的订阅计划中未超过分配限额的下载内容价格有所不同。

5.5 支付信息的存储。 我们会要求您在我们这里存储您为购买额外“作品”或“服务”而提供的支付信息。如果您购买这些额外内容，即授权我们使用您的支付信息收取相关费用。您可以在您的账户页面随时更新支付信息。

6. 您的赔偿责任。

因您使用“作品”（根据第7条（我们的赔偿义务）进行赔偿的除外），或您违反“条款”（包括在未获得任何必须同意或许可的情况下出于商业目的使用“社论类作品”）而导致的或与之相关的任何索赔、要求、损失或损害（包括合理的律师费），都应由您向我们及我们的子公司、附属公司、管理人员、代理、员工、合作伙伴或许可人进行赔偿。

我们有权与我们选择的法律顾问一起管理与赔偿有关的任何索赔、诉讼或事项的辩护。在任何此类索赔、诉讼或事项的辩护中，您应全力配合我们。

7. 我们的赔偿责任。

7.1 我们的赔偿责任。 在按照“条款”使用“作品”的前提下，如果起诉人声称，您根据“条款”使用“受保护作品”直接侵犯了第三方的版权、商标权、形象权或隐私权（“**侵权索赔**”），则我们将在“条款”的有效期内，就任何向个人或实体提出的第三方索赔、诉讼或法律程序（统称为“**索赔**”）进行辩护。“**受保护作品**”是指您从“网站”上购买和下载的未经修改的任何“作品”，但不含下列“作品”：(A)为我们的免费“作品”；(B)无需支付积分或费用即可下载的“作品”；或(C)任何“社论类作品”。我们将向您支付由“侵权索赔”直接引起，且经具有合法审判权的法院最终判决或经我们签字的书面和解协议达成一致的损害赔偿、损失、花费、费用或债务（统称“**损失**”）。

7.2 赔偿条件。 Adobe 对以下“侵权索赔”不承担任何责任：

(A) 因以下原因引起的“侵权索赔”：(1)对“受保护作品”进行任何修改；(2)将“受保护作品”与任何其他作品进行结合；(3)在我们已将“受保护作品”从我们的服务中移除或者我们已指示您停止使用“受保护作品”后继续使用“受保护作品”；或者(4)您使用“受保护作品”的特殊情况；或者

(B) 您未能完成以下事宜而引起的“侵权索赔”：(1)在获悉“侵权索赔”或收到“侵权索赔”通知（以两者中较早之日为准）后立即以书面形式通知我们，且我们的利益因此受损；(2)应我们的要求向我们提供有关“侵权索赔”辩护或调解的合理协助；(3)向我们提供对“侵权索赔”的专有管理权和调解权；或者(4)在事先未经我们书面同意的情况下即承认“侵权索赔”。

7.3 责任限制。 即使“条款”或您与我们之间的任何其他协议中包含任何相反规定，则无论“受保护作品”被下载或许可多少次，我们对任何一件“受保护作品”所承担的最高累计赔偿金额不得超过 10,000 美元。但是，如果“受保护作品”由 Enterprise Stock 成员使用其 Adobe Stock Enterprise 授予许可，则我们对任何一件“受保护作品”应承担的最高累计赔偿金额不得超过 25,000 美元。

7.4 唯一专有补偿。 上文陈述了我们的全部责任和义务，以及您与任何“受保护作品”或“侵权索赔”相关的唯一专有补偿。

8. 免责声明。

我们不对投稿人提供的“作品”（包括“作品”中包含的任何相关描述或关键词）的准确性负责。

9. 终止。

如果您违反“条款”，我们可在向您发出通知后，终止“条款”或您就任何“作品”享有的权利。我们可以拒绝从“网站”下载任何“作品”。

10. 终止生效。

在“条款”终止后，您可以继续使用已下载和付费的“作品”，但必须遵守“条款”。如果您的订阅到期或者“条款”终止，您将丧失任何和所有未使用下载内容的所有权利、所有权和权益。

Adobe Systems Incorporated: 345 Park Avenue, San Jose, California 95110-2704

Adobe Systems Software Ireland Limited: 4-6 Riverwalk, City West Business Campus, Saggart, Dublin 24