

宣传素材使用授权 V2

版本：V2.0

批准人：申总（总裁、公司负责人、法人）

审批编号：fcsy20260812

生效日期：2026-08-24

用途类型：BRAND_CONTENT 或 COMMERCIAL_ADVERTISEMENT

一、自愿与独立

本授权与隐私政策必要处理、教学存储和公共艺术展示分离。拒绝宣传授权不影响报名、课程、作业、点评、成长档案或公共艺术展示。

二、三类许可分别确认

- 个人信息处理：姓名/昵称/匿名、年龄段、校区、学习阶段等；
- 肖像/声音许可：照片、视频、声音及具体人物；
- 作品著作权许可：复制、展示、信息网络传播及宣传排版所必要的技术处理。

正式表单必须明确非独家/独家、免费/付费、目的、渠道、地域、期限、是否转授权、裁剪、排版和组合范围。默认非独家、有限期限、不得转授权，不使用泛化永久授权。

三、广告法律门禁

授权作品、肖像或影像，不代表芳草书苑可以违反广告监管规则。即使用户、学员或监护人明确同意，法律禁止的广告方式仍不得使用。严禁：

- 对培训效果作保证或暗示保证；
- 使用受益者名义、形象或作品作培训效果推荐、证明；
- 以入学前/学习后作品暗示参加课程即可达到同等效果；
- 将儿童包装为培训效果代言人；
- 披露家庭困难、精确地址、联系方式或损害人格尊严；
- 其他法律禁止的教育培训广告。

商业招生内容必须标记 COMMERCIAL_ADVERTISEMENT，关联必要授权，并经人工审核取得 AD_COMPLIANCE_APPROVED；否则不得发布。普通艺术展示不得自动升级为广告素材。

四、未成年人和本人意愿

监护同意不自动等于广告合法。未成年人明确拒绝拍摄或使用后立即停止；未成年人肖像、声音、姓名和作品须按风险分别核验授权及最有利于未成年人原则。

五、撤回

撤回后禁止新制作和投放，下线自有可控数字内容并刷新可控缓存；已印刷、已完成活动和第三方历史转发可能无法全部追回，平台应记录边界、停止继续发放并合理协助。

主要依据：《广告法》第24、38条；《民法典》人格权和格式条款规定；《个人信息保护法》；《著作权法》。