

授权工作报告(大全7篇)

随着个人素质的提升，报告使用的频率越来越高，我们在写报告的时候要注意逻辑的合理性。那么报告应该怎么制定才合适呢？这里我整理了一些优秀的报告范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

授权工作报告 授权书篇一

(个人委托)

兹委托 全权办理本人在 (指土地坐落)，广国用()第 号国有土地使用权的 事宜。

委托人签章：

身份证号码：

工作单位或家庭住址：

联系电话：

年 月 日

委托代理人签章：

身份证号码：

工作单位或家庭住址：

联系电话：

年 月 日

注：该委托书由委托人和委托代理人用a4纸复印或机打

授权工作报告 授权书篇二

名称或姓名：

法定代表人： 身份证号：

住所： 电话：

委托代理人： 身份证号：

受托人(乙方)：

名称或姓名： 资格证书号：

法定代表人： 身份证号：

住所： 电话：

委托代理人： 身份证号：

根据有关法律、法规、政策的规定，双方在平等、自愿、诚实、信用、协商一致的基础上，签订本合同。

第一条、代理事项

公司，于 年 月 日成立，由甲方经国有土地，《国有土地使用证》证号为： 。甲方同意将所持有的 公司100%股权转让，其中包括公司名下的 亩土地使用权现状。现委托乙方引进合作方。

第三条、委托底价及代理费标准：

第四条、代理期限：

1、自 年 月 日至 年 月 日。在本合同到期前的五天内，如甲乙双方均未提出反对意见，本合同代理期自动延长____个月。合同到期后，如甲方或乙方提出终止本合同，则按本合同中合同终止条款处理。

2、在本合同的有效期限内，除非甲方或乙方违约，双方均不得单方面终止合同。

3、在本合同有效代理期内，甲方不得在海南地区指定其他代理商。

第五条、代理费结算方式：

甲方及其股东与乙方引进的合作方只要签订合同，视为乙方工作已完成，甲方就应该按照与乙方引进的合作方签订合同的付款方式及比例当日同步支付居间费用给乙方。居间费用转账账户由乙方指定。

第六条、甲方责任：

1、甲方应向乙方提供该块土地的土地证复印件(加盖公章)、甲方的营业执照副本复印件(加盖公章)、法人代表身份证复印件(加盖公章)、法人代表身份证明书原件(加盖公章)，以及与该块土地相关的法律文件复印件(加盖公章)等资料并保证所提供资料的真实有效性。

2、甲方应当尊重乙方的劳动成果，配合乙方的实际报价报于买家，不得以任何方式将该宗土地的委托底价透露给买家影响了乙方的报价。在促进成交的基础上，如买家与甲方洽谈后出价低于乙方的报价，甲方应与乙方协商妥善解决。

第七条、乙方责任：

1、乙方应妥善保管好甲方提供的该宗土地的资料，不得随意

印发，确保交易过程中甲方的商业秘密不得外泄。

2、乙方应在合法的途径下进行该宗土地的交易，不得脱离实际做夸大虚假宣传，如因夸大虚假宣传造成甲方的损失乙方要负全部责任。

3、积极促成买家在甲方委托权限范围内与甲方签订买卖协议，达成交易。

第八条、违约责任：

1、如因甲方提供的虚假资料或延期支付代理费而给乙方和乙方客户造成的经济损失，甲方负责全额赔偿并承担相应的法律责任。

2、如因乙方不在合法的途径下代理销售该宗土地或在代理销售的过程中做虚假宣传给甲方造成的经济损失，乙方负责全额赔偿并承担相应的法律责任。

第九条、合同的终止和变更：

1. 在本合同到期时，双方若同意终止本合同，双方应通力协作妥善处理终止合同后的有关事宜，结清与本合同有关的法律经济等事宜。本合同一旦终止，双方的合同关系即告结束，甲乙双方不再互相承担任何经济及法律责任，但甲方未按本合同的规定向乙方支付应付费用的除外。

2. 经双方同意可签订变更或补充合同，其条款与本合同具有同等法律效力。

第十一条、其他事项

1. 本合同一式 份，甲乙双方各执 份，经双方代表签字盖章后生效。

2. 在履约过程中发生的争议，双方可通过协商、诉讼方式解决。

甲方(公章)：_____ 乙方(公章)：_____

授权工作报告 授权书篇三

甲方：_____ (以下简称为甲方)

乙方：_____ (以下简称为乙方)

一、确定销售关系

1. 甲、乙双方根据本合同确立销售关系，不经甲方特别书面授权，乙方只有销售甲方产品的权利，乙方无权代甲方做出任何承诺或立下任何债务。

2. 乙方与甲方的合作性质为_____ 经销商。

二、销售区域、期限

1. 乙方销售甲方产品，仅限于在_____ (以行政区域划分) 内进行销售，不得擅自超出该区域进行销售。

2. 乙方若需开辟其它区域市场，须征得甲方书面同意和授权。

3. 销售期限：从_____ 年_____ 月_____ 日至
_____ 年_____ 月_____ 日。

三、销售产品

1. 销售产品为甲方现有_____ 等系列产品(以下简称产品)，质量及包装标准以产品生产企业标准为准。

2. 甲方开发其他新产品，将另行通知乙方具体销售政策，经

甲、乙双方同意后可另行签约或以本合同为准。

3. 乙方同意按照双方约定的价格体系销售产品(价格体系见附件)。

四、销售目标

(单位：万元)

产品

(第一年)年(分月比例)

合计金额(万元)

合计

2. 乙方须完成销售目标，如乙方连续三月购货低于销售目标金额的_____%，或至该月累计未完成目标的_____%时，甲方有权单方终止合同。

乙方向甲方订购产品需将订货总金额的全额货款以现金或汇票先行汇入甲方指定账户。

六、交货和运费方式

1. 交货时间：甲方在确认货款到账后十天内发出货物，若乙方订货超过_____件，甲方以不影响乙方销售为原则分批分期发运。

2. 运输工具：经甲乙双方同意以经济安全的运输工具为主，运输手段和工具的选择由甲方决定，但一天以上的长途运输工具以火车运输为主。

3. 费用承担：本合同所列双方结算价格已包含货物运到乙方

所在地最近铁路到站运费以及货运保险，到站后费用，如中转费、掏箱费、装卸费、短途运输费等均由乙方自行承担。

4. 提货验货：乙方提货时，货物破损低于3‰为正常运输破损，损失部分由乙方自行承担，如货物破损超出3‰，应凭铁路部门和保险公司有效证明文件三日内书面通知甲方，甲方协助乙方进行索赔，超过五日视为乙方无异议。

5. 乙方在领货凭证上签收后，产品所有权即从甲方转到乙方。

若无甲方书面签章公文许可，甲方任何人员不得随意调货或借货。乙方在经营过程中因铺货及货款回收风险等均由乙方自行承担。

6. 乙方收到甲方货物后必须出具加盖乙方公章的收货确认书(传真或邮寄)给甲方，并详细列明所收货物品项、数量及金额;收货后三日内未通知甲方，视为甲方交货正确。

七、甲方的权利和责任

1. 权利

(1)对乙方的经营状况，价格执行情况、货物流向有权实施监督管理。

(2)对乙方的经营管理进行指导，如发现乙方在市场运作中有不规范或配合不力的情况，有权向乙方提出合理建议，直至终止合同。

(3)乙方如有违反本合同规定之条款，甲方可以书面形式通知乙方解除合同，并追究乙方违约责任。

(4)甲方可根据市场情况和成本调整产品价格。甲方调整产品价格无需事先征得乙方同意，对乙方对于调整产品价格提出

的任何主张不承担责任。

2. 责任

(1) 甲方提供之产品必须符合中华人民共和国白酒行业产品质量生产标准，并保证长期、稳定的产品质量。

(2) 协助乙方做好市场营销工作。

(3) 兑现以书面形式所承诺的各种支持、包括给乙方的补偿、奖励、促销品、广告及营销推广支持。口头承诺无效。

(4) 按照乙方的订货要求(货款到甲方账户后)，双方约定的交货地点发运。

(5) 如产品滞销是由于甲方供货延迟或根据合同约定甲方提前终止合同时，乙方剩余产品由甲方按原到岸价(根据甲方供货时出具的单据，货号 and 批次确定)全部收回，使乙方真正实现零风险经营，但包装必须完好无损(以件为单位)。

(6) 甲方调整产品价格时，须提前一个月以正式书面通知乙方，书面通知应作为合同附件存查。

八、乙方的权利、责任

1. 权利：

(1) 如因甲方产品质量原因，乙方可以书面形式向甲方提出退货，经国家质检部门确认后，可以退货。

(2) 有权提出对推广市场有益的经营建议。

(3) 甲方如有违反本合同规定之条款，乙方书面通知甲方，甲方在_____日内据具体事宜进行书面答复，若甲方在约定的时间内不做出书面答复，乙方可以书面形式通知甲方

解除本合同。

2. 责任:

(1) 乙方必须指派专人负责甲方产品的销售，合同签订后十五日内，组建15人以上的营销队伍，配送工具应即时到位，并制定和完善各项管理规章制度，迅速提高服务终端能力。

(2) 乙方应缴纳一定金额的市场管理保证金，按照甲方规定的价格、在双方协议的销售配送区域内销售，不得擅自越区销售和低价销售。(见第九条)

(3) 产品销售应严格执行双方签订的产品通路价格(附价格表)，如需调整价格应以甲方正式书面通知为准，严禁低价恶性倾销或刻意高价销售。

(4) 乙方不得销售假冒甲方产品及成吉思汗系列产品商标、专利之任何侵权产品，如发现有假冒伪劣产品出现，应在及时用书面形式通知甲方(传真或信函)，并协助甲方进行打假活动。

(5) 乙方应积极、主动地搞好营销工作，努力完成双方确定的集团购货销售任务。

(见附件四)

(6) 做好促销活动的协调、配合工作，包括各职能部门及终端的协调，协助对活动礼品、品尝酒、形象小姐的管理。

(7) 严格执行双方确定的任务量和各月订货计划，并作好市场销售预测，确保足够的产品库存，防止市场断货现象发生。

(8) 严格按照合同确定的'终端数和目标进行铺货(铺货目标见附件)。

(9) 乙方应按月提供产品销售报表、库存及对乙方进行考核所需的资料。

(10) 乙方与终端签订销售协议时，必须明确给终端配送的白酒产品，应包括_____所有系列酒，并主动协助成吉思汗系列酒的销售。

(11) 乙方应收集或配合甲方人员收集的当地市场动态，竞品信息、资料传给甲方。

九、市场管理保证金和保证金管理：

1. 乙方承诺应在合同签订后_____天内向甲方缴纳市场管理保证金_____万元，未按期缴纳保证金本合同自动终止。

2. 保证金扣除：

(1) 乙方不得将产品销到批发市场，如发生，甲方第一次有权扣除乙方保证金的_____%，第二次有权扣除_____%，第三次有权扣除全额并终止销售协议。

(2) 乙方应按双方约定价格向各级客户销售产品，如低于该价格，第一次甲方有权扣除乙方保证金的___%，第二次有权扣除___%，第三次有权扣除全额并解除销售协议。

(3) 乙方不得将产品销售到约定区域以外的市场，如发生，第一次甲方有权扣除乙方保证金的_____%，第二次有权扣除___%，第三次有权扣除_____%并解除双方的销售协议。

(4) 乙方将甲方产品与仿冒、假劣产品搭配销售，或恶意低价销售冲击甲方重点市场的，甲方有权一次性扣除乙方全额保证金并解除双方销售协议。

3. 对乙方市场管理保证金的扣除，不影响甲方对乙方违约行

为和侵权行为所造成的损失依法追究其法律责任的权利。

4. 市场管理保证金不计息。

5. 市场管理保证金退还：如乙方在合同期内无上述违约行为，甲方应于合同终止后_____天内全额返还乙方保证金；否则，双方在合同终止后_____日内结清余下保证金。

十、商标及其它知识产权

甲方的注册商标、专利、公司名称等一切知识产权，均属甲方所有，虽有本合同签订，但甲方并未授权乙方使用甲方注册商标、专利、公司名称以及其它甲方所享有的知识产权，除经甲方书面许可，乙方不得擅自使用，否则，方将依法追究乙方侵权责任。

十一、 签名及盖章

1. 本合同或本合同的补充协议(或附件)及在履行本合同过程中对双方权利义务所达成的新约定，均应为书面形式并有甲、乙双方法定代表人或其授权人签署，并加盖合同专用章或公章；否则，该合同或文件无效。

2. 所有甲方驻乙方区域业务人员或其他人员的行为必须以本合同为准，对超出本合同约定且无甲方特别授权的任何行为产生的后果，甲方不承担相应的法律责任；甲、乙双方均不得以对方业务人员或其他公司员工的口头承诺作为改变本公司约定事项的依据，若确需增加内容，须经双方同意，且以书面形式补充加盖公章作为合同附件。

3. 乙方在未取得甲方书面盖章公文同意时，任何甲方人员向乙方的借贷行为均属于其个人行为，甲方不承担任何由此产生的一切后果和责任，乙方有权向该个人追索其个人欠款。

于_____万元。

十二、违约责任

1. 乙方违反本合同关于价格和区域的约定，可以根据第九条的约定处理。
2. 双方的任何一方行为构成为违约，对方可以依法追究其违约责任。
3. 解除合同的书面通知到达对方，合同解除。约定以外的其他原因需要解除合同，必须经双方协商一致，否则视为违约，赔偿对方因此所受的损失。
4. 其它违约责任按《中华人民共和国合同法》的相关规定精神执行。

十三、其他

1. 本合同经双方法定代表人或授权人签名并加盖合同专用章或公章后生效。本合同生效后，将取代合同生效前的双方的所有洽谈协议和以前甲、乙方签订各类合同和约定。
2. 本合同未尽事宜，双方协商形成合同附件，并经双方签字盖章后具有同等法律效力。
3. 如甲、乙方在经营合作过程中发生争议和纠纷，应友好协商解决，如协商不成，双方同意由甲方所在地法院管辖。
4. 本合同(连同附件)一式肆份、甲方、乙方各持贰份，具有同等法律效力。

客户经理：_____

电话：(手提)_____

补充附件：

甲方：_____（以下简称甲方）

乙方：_____（以下简称乙方）

甲、乙双方本着平等合作、互惠互利、共同发展、诚信的原则达成如下协议并作为甲、乙双方_____号销售合同不可缺少之附件，同该销售合同同时生效。本补充协议与原销售合同有不符之处，以本补充协议为准。

1. 乙方首批进货金额不得低于_____万元。

(1) 乙方首批进货明细：单位：元

产品(第一年)年(分月比例)合计金额(万元)

合计

货值合计：(小写) 元

(2) 乙方首批进货总金额人民币大写：_____佰万_____拾万_____万_____仟_____佰_____拾_____元_____角_____分。

2. 终端铺货风险及终端进场费支持：按首次打款进货金额的30%给予乙方一次性补偿。(第二次进货时折货补偿，具体考核办法见合同附件一)

3. 奖励：按合同期内乙方实际销售金额的10%给予乙方奖励。(具体考核办法见合同附件二)

4. 广告支持

(1) 中央电视台、香港凤凰卫视、部分地方级电视媒体(包括

卫视)全年脉动式投放。

(2)全国及地方发行量大、有影响力的杂志、报纸广告。

5. 推广支持

(1)开瓶费：开展酒盒回收活动，标准：【1】长生天每个盒盖20元；【2】合罕每个盒盖15元；【3】宝格德每个盒盖10元。(上述半斤盒盖和其它品种无开瓶费)。盒盖由乙方统一回收，款项由甲方支付。(开瓶费管理办法见合同附件三)

(2)sp活动(促销活动)：根据当地市场工作进度及启动情况，不失时机地开展行之有效的sp活动。(乙方可提供sp活动方案由甲方审核、审定后统一实施)

(3)促销礼品：甲方将统一制作针对不同通路、不同对象的各种促销礼品，以确保sp活动的开展和市场营销工作的推进。促销礼品的投入不少于乙方全年进货总额的3%。

(4)品尝酒：用于sp活动的品尝酒，甲方将根据活动的需求统一发放、执行。

6. 铺货及进场

(1)乙方应按双方共同确定的有效终端点数铺货，入市铺货前须以书面形式向甲方提报准确的终端实数。

0%。如超过规定时间终端点数的铺货率未达到100%取消补偿。

7. 市场支持

实际进货额(万元)

市场广告支持

年度销售奖励

其他

月度

季度

年度

总计比例

(2) 在上表所列的市场支持的金额范围内，由甲乙双方协商制定促销方案，并报经甲方相关部门批准认可后执行。乙方任何未经甲方书面同意而擅自执行的广告促销活动，甲方均不予认可。乙方按照甲方促销活动管理的相关制度，提供促销活动过程中的各类单据、表格和其他资料，按照规定流程报销本条第一款所列相应市场支持费用。甲方有权对促销活动执行过程进行监督管理，如发现违反方案的情况，有权取消对乙方的市场支持。

(3) 所有促销方案费用和年度销售奖励，甲方以等值成吉思汗系列产品或促销酒的方式进行支持。该部分产品金额不再享受市场支持，也不计入乙方的购货金额。

8. 考核

(1) 乙方完成销售合同约定的月、季、年度进货目标，并经甲方按第五条进行考核合格，按对应费用比例享受市场支持，并享受相应的年度销售奖励。如乙方经甲方按第五条考核不合格，则不对乙方进行任何市场支持并不给予年度销售奖励。

(2) 市场支持部分，由乙方按照促销方案先行投入，定期提供促销活动的单据、表格及其它资料交甲方相关部门审核报销，

审核合格后将费用以产品形式支持到位。

(3)年度奖励部分，甲方根据乙方合同期内进货额对应的奖励比例，于合同到期后1个月内，将年度销售奖励到位。

9. 若乙方将甲方产品直接或通过下级客户销至销售区域以外的市场、或违反甲方价格政策进行销售，或将甲方产品销至批发市场，则甲方有权取消乙方部分或全部市场支持及年度奖励，直至取消销售权。

10. 乙方每次进货应提前15天向甲方书面提报统一规范的订货单，乙方订货单须加盖公章，需有甲方片区经理或其委托区域主管签字认可，以便于甲方安排生产及联系发运事宜。甲方不承担因乙方未提前提报订货单而造成的市场后果责任。

11. 乙方在合同签订后10天内应成立专职营销甲方产品的组织，并提供运输、仓储条件，乙方专职营销业务人员应不少于_____人。

12. 乙方在货到后应完成所属市场的铺市目标如下，并应填写甲方提供的终端客户资料表，乙方签字盖章并经甲方片区经理签字确认做为本合同附件。

时限

类型数量备注

合计 家

时限类型数量备注

合计 家

时限类型数量备注

合计 家

13. 附件一式四份，甲、乙双方各执两份。本附件自双方法定代表人或其授权人签名并加盖合同专用章或公章之日起生效。本附件与主合同具有同等法律效力。

14. 其它： _____

(签章) (签章)

客户经理： _____

电话：(手提) _____

授权工作报告 授权书篇四

致： (招标单位名)

(1) 业主所发邀请标书的邀请中，代表和约束我方进行生产或制造的投标书中指定的设备的供货投标。

(2) 作为生产厂家，我方保证以投标合作者来约束自己，并对该投标共同和分别负责。

(3) 我们通过认可和确认（被授权单位）或其正式授权代表之所有合法行为或为达到目标的所为，全权委托此单位或其正式授权代表进行上述投标中认为必要、正当的活动，授权其有替换、撤回等权利，并以之作为我方可以或可能的行为。

授权工作报告 授权书篇五

_____有限公司：

系中华人民共和国合法企业，法定地址

特授权代表我公司全权办理针对上述项目的投标，参与开标、谈判、签约等具体工作，并签署全部有关的文件、协议及合同。

我公司对被授权人签名的所有文件负全部责任。

在撤销授权的书面通知以前，本授权书一直有效。被授权人签署的所有文件(在授权书有效期内签署的)不因授权的撤销而失效。

被授权人签名： 授权人签名：(法人代表的亲笔签名或私章)

职务： 职务：

联系电话： 单位公章：

授权工作报告 授权书篇六

甲方：_____（以下简称“甲方”）

乙方：_____（以下简称“乙方”）

甲乙双方在资源共享和双赢的基础上进行合作。甲方按双方约定的供货价格提供分销商品，享用乙方会员网店资源进行网络分销，并承诺按乙方提供地址按时发货；乙方负责介绍分销商品并促成交易成功。

从合同签订之日起，有效期为1年，期满如果双方没有任何违约行为则自动续约；续约有效期仍为1年，按本合同的规定执行。

1、甲方供应的分销商品质量应当符合中华人民共和国相关法

律法规规定的质量标准。

2、分销商品须与甲方事先所提供的样品或双方在正式合作前约定质量、品种及规格相符。

3、在保修期内，甲方的售后服务细则及标准，需通过产品说明书或售后服务保修卡等形式向用户有效传达。如遇特殊情形，保修政策可双方另行协商。

4、因分销商品的售后服务所产生的费用，可由乙方先行垫付，经甲方确认后，可在甲方货款中直接抵扣或由甲方直接给付乙方。

1、交货地点：甲方按乙方提供地址发货。

2、运输方式：采用快递方式，运输费乙方承担。

1、对帐周期：每月1次，对帐日期为每月_____号。

2、结算方式：每月_____号双方确认对帐单；每月_____日乙方支付甲方上月实际销售的货款。

1、甲方的责任与义务：

1) 甲方承诺在接到乙方发货请求时，在一个工作日内按乙方提供地址发货。

2) 甲方应根据乙方的需要提供推动分销商品的销售资料以及信息，协助乙方获得必要的产品说明。

3) 甲方有权监督产品的销售，并要求乙方予以改进，乙方须配合解决问题。

4) 甲方不得随意更改分销商品供货价格，如有改动须提前通

知乙方并征得乙方同意。

5) 乙方不得有损甲方的形象及声誉。因此而造成甲方的形象或声誉损害的，甲方有权终止合同，并追究乙方法律责任。

6) 乙方不得随意修改甲方产品。因此而造成甲方版权损失的，甲方有权终止协议，并追究乙方的法律责任。

2、乙方的责任与义务：

1) 乙方须通过不断完善、提高自身服务质量，提升其会员数量。

2) 乙方必须尊重甲方的知识产权、商标权；

5) 乙方在合同有效期内，甲方不可以无故干扰乙方的分销工作。

1) 除法律规定必须公开的资料以外，乙方不得向第三方展示甲方递交的有关资料和有损于甲方利益的情报。甲方不得向第三方泄漏乙方按本合同规定提供给甲方的经营秘密及有损乙方利益的情报。乙方有责任保证其员工不向第三方泄漏甲方秘密。

2) 以上规定双方的保密义务在本合同期满后仍然有效。

1、甲乙双方应按照本合同规定履行义务。如果甲乙任何一方违反本合同规定，并在对方发出书面通知之日起十个工作日内仍未及时改正的，非违约方有权取消违约方的合作资格，并可无条件终止本合同。

2、任何一方如想单方面终止本合同，需向对方提出书面申请材料，说明解除合同的原因，获得对方批准后，本合同终止。

1、本合同未尽事项，经双方协商，可另立补充协议。

2、本合同适用中华人民共和国法籍。凡由于执行本合同而发生的一切争执，应当通过友好协商解决。如不能解决的，则可诉诸仲裁。仲裁应当提交乙方所在地法院，由乙方所在地法院管辖。

3、本合同一式两份，均具同等法律效力。甲乙双方各持一份，自签署之日生效。

授权工作报告 授权书篇七

地址：

乙方：××××××有限公司

地址：××市××××路××××城××××室

鉴于：

1、甲方是本协议项下授权节目之完整著作权和邻接权的合法拥有者。

2、乙方是拥有合法经营资质的唱片发行公司，适于本协议项下授权节目的出版发行。

3、本着平等互利的原则，经友好协商，双方决定就甲方授权乙方使用其享有著作权及邻接权的录音录像制品《黄贞伊原声碟》之事宜签订本协议，条款如下，以兹共同遵守。

第一条 授权内容

1、授权节目：《 》(暂定名)之所有影音制品，曲目见附件一。

2、使用载体□ cd □

3、 使用方式：乙方享有授权节目之专有复制、发行权和专有信息网络传播权。

4、 授权区域： 中国大陆地区 。

5、 授权期限： 三 年，自本协议生效之日起计。

第二条 关于节目复制发行：

1、 依据甲方授权许可，乙方享有该授权节目之所有影音制品在授权区域内的专有复制、发行权。

2、 甲方负责在协议签订之日起 3 日内向乙方提供质量完好的 cd-r 格式的母盘。

3、 甲方负责提供报批、封面设计、发行、宣传所需之全部资料，如设计图片、文案、表演者的相片、签名、录音录像花絮片段□mtv宣传碟及甲方的商标样图等。

4、 甲方承诺在提供母盘的同时向乙方免费提供该授权节目的 5 首主打歌曲的mv(时间长度约为 30 分钟/首)，以供乙方宣传使用。

5、 依照音像行业的惯例，乙方有权在该授权节目之出版物上合理使用甲方的全部商标，亦有权合理使用甲方商标用于该授权节目之必要宣传。如有乙方不得使用的商标，甲方应向乙方作书面通知并附付该商标的样图。否则，视为默认许可使用。甲方保证许可乙方使用商标不侵犯任何第三人的合法权益。若因此而引起的法律纠纷由甲方负责处理并承担全部责任及费用。

6、 乙方负责授权节目的出版报批、生产、复制及封面包装的设计、印刷、上市发行、营销宣传。

7、 乙方可在授权节目之封面、海报及电视、网络、电台、多媒体、通讯、平面杂志等宣传渠道中使用甲方提供的全部资料，但仅限于本协议目的之用途。

8、 授权节目上市发行后，乙方免费向甲方提供成品共计 50 张，但甲方不得将其作任何不合理使用或用于任何营利性商业用途。

9、 在授权有效期内，如发现有侵犯该授权节目之著作权、邻接权的行为，乙方有权自主决定向侵权者采取包括法律手段在内的一切行动以维护自身权益，甲方应全力予以配合。

第三条 关于信息网络传播

1、 依据甲方授权许可，乙方享有该授权节目之所有影音制品在全球范围内的专有信息网络传播权，即乙方有权与提供移动增值服务的公司(下称sp商)或电信运营商合作，通过提供电信增值服务，供终端用户付费使用mobile device点播或下载该授权节目。

2、 授权使用的业务范围为所有已知和未知的电信增值服务业种类。

3、 出于电信增值服务的需要，乙方有权许可合作第三方对该授权节目进行数位化编译或重置，但此用途仅限于本协议项下之电信增值业务。

4、 自乙方开展该等业务之时起，乙方将定期向甲方通报信息网络传播的授权使用情况，并将每三个月与甲方结算一次信息网络传播业务的收益。

5、 结算方式为扣除合作之sp商的运营成本、收益分成及电信运营商的通道费、代收信息费(代收信息费的比例依据电信运营商的执行标准)后，每月信息费净收入由双方按照以下比

例进行分配：甲方 50 %，乙方 50 %。乙方届时提供的收益报表及相关凭证将作为双方结算的依据。

6、如因合作之sp商或电信运营商迟延结算的原因致使无法按时提供收益报表时，乙方应及时通知甲方，同时收益结算期限顺延，乙方不因此承担任何责任。

第四条 保证条款

1、甲方保证对授权节目享有合法、完整的著作权及邻接权，并保证对其提供的设计资料及商标享有合法的使用权。甲方担保确有授予乙方行使本协议约定事项的权利，其许可乙方使用并不构成对相关著作权人、邻接权人及任何第三人的侵权。

2、为履行本协议之所需，甲方保证将应乙方要求出具该授权节目之完整的版权证明文件，包括但不限于授权节目之歌曲的词曲作者、表演者、录音录像制作者及相关权利人的授权使用证明等(见附件二)。

3、甲方保证在授权期限内不再将授权节目之任何载体形式的出版、发行权及信息网络传播权转让或授权给除乙方以外的任何第三方使用。

4、乙方保证按本协议约定的范围、方式和期限使用授权节目内容。

5、乙方保证按本协议约定的版税支付方式向甲方按时支付足额的版权使用费。

第五条 版费结算

其中：

a) cd 版费：甲方以 元/张的成本支付乙方，乙方负责生产成品并通过乙方销售渠道进行销售。

b) 甲乙双方按照销售利润分成，即甲方得50%，乙方得50%。

2、 结算方式：

a) 自合同签订生效的 3 个工作日内支付版费的 30 %；

c) 自该授权节目上市发行之日7 个工作日内支付版费的 30 %

d) 该授权节目实际销售回款超过保底总额后，每三个月向甲方结算分益。

3、 自本协议签订之后，乙方须依约在中国大陆地区以人民币向甲方交付著作权使用费。甲方应于收款的同时根据每次收款金额向乙方开具等额正式发票。

第六条 保密条款

对涉及双方任一方尚未向第三方公开的数据和信息，双方须保守秘密。任何一方对因签署或履行本协议而接触或了解到的对方未公开的数据和信息，亦须保守秘密，非经对方书面同意，不得向任何第三人透露有关数据和信息。

第七条 违约责任

1、 任何一方如有违约或延迟或不履行本协议条款而导致对方发生损害时，违约方不但应赔偿守约方的损失，还应向守约方支付违约金，违约金的数额按守约方损失的一倍计算。

2、 任何一方如有违反本协议第四条保证条款之重大违约行为的，守约方无须事先征得违约方同意，即可单方面终止本协议。

3、如因前款违约行为造成对第三方侵权损害的，违约方还应负责出面解决，并承担由此而产生的律师费、诉讼费及其他经济损失。

第八条 不可抗力

1、如果本协议任何一方受不可抗力事件影响而未能履行其义务，该义务的履行在不可抗力事件引起的延误期内中止。

2、宣称发生不可抗力的一方应及时将不可抗力事件通知另一方，并提供发生不可抗力事件及其持续时间的适当证明文件，并应尽力消除或减轻不可抗力事件的影响。

3、不可抗力事件持续超过60天或存在明显无法恢复履行本协议情况的，本协议即自动终止。

第九条 争议解决及适用法律

1、就本协议内容或执行发生任何争议的，双方应友好协商解决；协商不成，任何一方均可向合同签订地人民法院提起诉讼。

2、本协议的订立、执行和解释及争议解决均适用中华人民共和国法律。

第十条 其他约定

1、本协议的提前解除或终止不影响各方于本协议提前解除或终止之日以前根据本协议已产生的权利和义务。

2、本协议由甲乙双方签字盖章后，于乙方取得出版发行审批的行政批文之日起生效。期满后，如双方无异议，则本协议有效期将自动顺延壹年。

3、本协议一式贰份，双方各执一份，均具同等法律效力。

如有未尽事宜，双方可另行签订补充协议，并本协议具有同等法律效力。

甲 方：

乙 方： ×××××××有限公司

签约代表：

签约代表：

盖 章：

盖 章：

日 期：

日 期：