

2023年艺人演出经纪合同(优秀5篇)

在人民愈发重视法律的社会中，越来越多事情需要用到合同，它也是实现专业化合作的纽带。那么一般合同是怎么起草的呢？下面是小编带来的优秀合同模板，希望大家能够喜欢！

2023年艺人演出经纪合同通用篇一

乙方授权甲方独家代理的事务为：作为歌手身份的演艺活动，包括现场舞台演唱，影视节目、广播电台等非现场的演唱。且此事务活动为商业性的。该项授权是独家的，具有排他性。乙方为甲方签约歌手，凡涉及到任何商业活动、电视节目等以演唱形式进行的活动，都需告知公司。

甲方可以非独家代理的事项包括但不限于：

- (1) 主持活动和电视节目
- (2) 出演电影，电视剧，戏剧
- (4) 出席参加的各类商务及公关活动
- (5) 涉及乙方的个人形象、肖像权、名誉权的一切事务活动
- (6) 著作权，销售权和演唱权方面：

甲乙双方所签订的本协议在第条约定的范围内是独家的排他性协议，在涉及第条事项及其它演艺活动方面为非独家的。乙方未经甲方书面允许，不得与除甲乙双方外任意第三方就本协议项下所涉及任何范围及内容进行任何形式上的合作，亦不得在未经甲方书面同意的前提下，自行行使和处置相关权利、进行业务安排及与第三方达成任何协议。

在本协议约定的合作期间，乙方创作完成的专辑或者单曲，包括作词和作曲，则乙方享有完整的著作权。乙方可以自行制作成音乐制品并授权他方使用。由甲方投资制作的音乐作品，则由甲乙双方讨论分成。

甲方代理的地域范围包括中国境内和境外。

甲方代理的期限为本合同生效之日起x年。

代理期限届满前，如双方均不提出拒绝续签的通知，则本合同自动延续x年。任何乙方拒绝续签的，应在本合同期限届满前一个月发出书面通知。

代理期限届满前，在每一个合同年度内，甲方如果没有完全履行第八条规定的义务，则该年度结束时，本协议自动终止，除非乙方书面通知甲方合同继续。若甲方完整履行相关义务或取得乙方谅解，则合同自动延续，每次延续时间为一年。至x年合作期限结束止。

甲乙双方的收益是指：甲乙双方在本协议有效期内所进行的所有合作和活动而产生的所有收益。包括但不限于不退预付款、利润分成等。

所有收益由甲方代收；

甲方经纪的第项范围内独家代理的事务，交通、运输、通讯、法律服务、中介等费用由甲方自己负担。不属于乙方演艺合约收益的扣除事项。

上述收益的分配基数为税前，甲、乙双方各自负担税负，由甲方负责相应票据的签发。

除以上收益分配之外甲方不得向乙方索取任何形式的酬金。

甲方代理的演艺活动同时包含独家代理的演唱部分和非独家代理的其他事项时，上述分配基数按照两部分平均计算。

收益的数额依与第三方签署的合同或协议确定，甲、乙双方分配时均有权查阅与第三方的合约费用。

甲方在每次实际收到款项后5个工作日之内，将应付乙方金额按乙方指定付款方式付给乙方。

5 乙方按照甲方的安排，在第一个合同年度内参与甲方的工作，进行商演。每一场商演税后的报酬至少为人民币元，甲乙双方按照第条进行分配。该项目的报酬不包含任何其他费用（交通费，律师费用等等）

乙方可以指定相应人员为自己的专属助理或者化妆师，并自主安排助理或化妆师的全程陪伴。

乙方助理的工资由乙方负责。交通费、食宿费用由甲方负责。且交通、食宿标准须同乙方一样。交通工具优先使用飞机，特殊情况下可以为高速列车。住宿标准不低于三星级。

甲方可以指定相应人员为乙方的专属经纪人。该经纪人不得同时为三人以上担任经纪活动。否则，乙方有权拒绝。

甲方指定的经纪人被乙方认为不称职时，乙方有权要求更换。

乙方经纪人的酬金及其在履行职务期间产生的相关费用由甲方承担。

甲方有权派专人负责对乙方进行整体形象策划设计，对乙方不利于本协议实施整体目标的言行和习惯进行纠正和监督。

甲方有权在乙方违反本协议规定的主要义务前提下，解除合约。

甲方在代理乙方的委托事项过程中，因乙方过错造成其损失时，甲方有权要求乙方承担赔偿责任。

甲方有权对乙方事业发展定位、与所代理乙方事务有关的事项提出合理化指导与建议。

在独家代理事项中，甲方有权根据有效的策划方案对乙方进行包装、宣传，包括但不限于举办影迷会或歌友会、拍摄写真集、拍摄宣传照、媒体公关等。

甲方应认真完成乙方的委托事项，按照合同第一条所规定的内容积极为乙方寻求机会，将有关信息及时向乙方汇报，并为乙方与相关对方当事人签署合同或协议提供联络、协助、撮合等服务。

甲方不得提供虚假信息、隐瞒重要事实或与他人恶意串通损害乙方利益。

甲方代理乙方事务，不得干涉乙方私人生活，甲方应尽最大的可能保护乙方的隐私，未经乙方同意，甲方及其工作人员不得泄露乙方住址、电话、收入、兴趣爱好、婚姻状况等私人信息。

甲方应事先对相关的演出、代言资料进行核实，确保在最大程度上维护乙方的合法权益。乙方在履行甲方独家经纪代理的演出活动时，甲方应保障其演出活动的人身财产安全，并提供相应的安保防护措施，因由工作原因造成的人身意外则有甲方负责所有的医疗费用。

以上这些内容不包括乙方自己或通过他方接洽的活动或宣传机会；

在未与乙方协商沟通的情况下甲方为乙方代理的商演主持费用不能低于税后x万元（不包含飞机票等任何其他与工作有关

的开销），乙方唱歌的演出费用不能低于税后x万元（不包含飞机票等任何其他与工作有关的开销）。

所有演出活动的伴舞、道具开销由甲方负责安排。

在所有的经甲方代理的活动中，甲方应保证乙方均不承担飞机票等任何其他与工作有关的开销，包括乙方助理人员和乙方同样标准的费用支出。

乙方应对甲方的活动提供必要的协助与配合，应甲方的要求。

乙方应严格实施甲方经过乙方的同意代理或代表乙方签订的合约。

乙方应严格遵守本协议条的演唱独家排他性，未经甲方同意，乙方不得同第三方私自进行本合同条规定范围内的任何形式上的合作。

乙方应当在甲方为实施本协议所需时，向甲方提供真实和充分的个人资讯披露，并服从甲方对本人在言行方面的监督和指正。

乙方应严格遵守本协议保密条款，保护甲方的商业秘密。

乙方应在可能面对媒体和公众的任何场合下，注意自身的仪表、言行和礼仪，树立和维护本人和甲方的良好形象，不得损害甲方声誉。

未经甲方同意，乙方不得在委托期限内与甲方非独家代理方面介绍的相关当事人进行私下签约，否则甲方有权利按照合同第四条约定享受收益。

乙方可以将本合同第条规定的委托事项委托其他第三方。

（关于本条范围内的活动如果第三方代理和甲方代理有冲突，

则按照通知的时间先后顺序确定。当乙方受到第三方活动的通知，应该第一时间告知甲方。

在代理过程中，因甲方过错致使乙方和其他各方受到损害，乙方及其他各方有权要求甲方承担赔偿责任。

甲方提供的歌曲或mv或者任何一个演出及非演出项目，如果乙方认为对自己的形象、身份、人身安全有危害，乙方有权拒绝。

乙方有权拒绝甲方安排的与多于两个人共同担任同台主唱的商演。

鉴于乙方与湖南省歌舞团的相关人员的师徒关系，乙方有权在空闲档期内随前述单位出演，甲方不会干涉。

为保证乙方适当的履行甲方经纪的涉及第条规定事务，乙方须单独持有一份甲方与第三方签署的合约或协议，且为同样的文本。甲方不得隐瞒。

乙方如有需要，可以自行雇佣律师。

甲乙双方应对本协议所涉及的任何内容、以及甲乙双方在执行本协议过程中相关的一切法律、商业、合作义务的所有资讯保密，未经对方允许不得向双方以外的任意第三方披露。

保密期应为：自合同生效之日到合同正式解除以后 年。

经甲、乙双方协议本合同可以变更、解除。

甲方在每一个合同年度内没有完全履行第、条约定的所有事项，则本合同在该合同年度结束时自动终止。

如果甲方没有尊重第、条的重要的事项，那么乙方有权

利通知甲方合同解除。

甲方未尽代理义务，损害乙方的商业利益，乙方有权利要求甲方赔偿该事项的预期利益。

乙方没有履行甲方代理的相关活动事务，造成了甲方损失，甲方有权利要求乙方赔偿相当于完成该项目所获得的收益损失。

甲乙任何一方非因客观过错单方面解除本协议，须支付人民币 万元作为违约金。

遇有不可抗力使合同约定事务无法履行的，甲乙任何一方均可通知对方解除本合同。

除合同中另有规定或经双方协商同意外，本合同所规定双方的任何权利和义务，任何一方在未经征得另一方书面同意之前，不得将本合同约定事项转让给第三方。任何转让，未经另一方书面明确同意，均属无效。

本合同受xxx法律管辖并按其进行解释。

本合同未尽事宜，依照有关法律、法规执行，法律、法规未作规定的，甲乙双方可以达成书面补充合同。本合同的附件和补充合同均为本合同不可分割的组成部分，与本合同具有同等的法律效力。

本协议一式四份，甲乙双方各执两份，每份具有同等法律效力。

本协议双方已正式授权其代表于本协议文首注明的日期及地点签署，以昭信守。

本协议甲方盖章和乙方签字后生效。

甲方（签字盖章）： 乙方（签字盖章）：

日期□20xx年x月x日 日期：

2023年艺人演出经纪合同通用篇二

乙方： _____

性别： _____

地址： _____

身份证号码： _____

1、由甲方提供给乙方所做的每一次活动的收入由甲方获取。

2、由甲方提供给乙方所做的每一次活动的收入份额由乙方所获取

1、当乙方学业与公司安排的演出或拍摄撞期时，应当以乙方学业为重。（如需要乙方提供考试，班主任证明，证明该活动影响学生学业，乙方可不参与演出或拍摄，不属违约行为。）

2、甲方安排一名专业经纪人员负责管理乙方，包括负责乙方的一切经纪业务，安排乙方每天的工作安排等等。

3、甲方提供乙方演艺工作的内容包括：各类符合^v法律、法规允许的电视、电影、广告、模特、会议，演出等相关的活动。

4、甲方作为乙方的代言广告、演出活动及拍摄承接代理公司即经纪公司，代理乙方与客户公司进行沟通、宣传、谈判、代理签约，并协助处理乙方代言广告、演出活动的各类电视及拍摄事宜。

5、在甲方安排给乙方活动的前提下，甲方负责乙方在演出及拍摄及工作期间的人身安全，并维护乙方的经济利益和名誉。如乙方人身安全、经济利益和名誉受到不合法侵害属甲方严重违约。

6、甲方应努力通过各种杂志及电视节目等方式和其他方式正面宣传乙方，尽可能地提高乙方的知名度，通过强有力的宣传运作获得最佳效果，使乙方建立、保持良好的公众艺员形象。一切对外媒体的推广宣传前知会，并与乙方协商宣传内容，获得乙方认可后方可进行宣传事务。

7、甲方应努力尽可能的在合同期内安排乙方其拍摄，演出等工作，但不限次数。

8、甲方有尽可能将乙方资料(包括：个人图片、个人资料、影像资料)发到各同行内，以使乙方接到更多的演出活动。

2023年艺人演出经纪合同通用篇三

艺人不仅要全盘交代学业、去向、交友、家庭，就连私生活也要上报给经纪公司和经纪人。经纪公司对艺人也有许多条条框框的制约。

国内经纪公司的签约年限为五年到十年，目前业内最流行的是八年为期。而一些从小就被大型经纪公司栽培的少年偶像，则要签下长达十多年的“卖身契”。这些合约之所以被业内视为“卖身契”，是因为艺人把自己签给经纪公司，但经纪公司基本不提供任何的承诺和物质经济保障，有活就干，没活就饿肚子。

与合约期限直接挂钩的是违约金，为了避免出现艺人一红就走人的状况，经纪公司会一开始就在合约中提出高昂的违约金。

内地经纪公司和艺人之间的利益分成一般是经纪公司抽七成，艺人拿三成。许多新人还需自费支付化妆、交通、住宿及训练开支。天娱的合约里就明文规定，签下的新人两年内必须为公司义务演出五场，所有艺人没有底薪，按照演出收入和公司分成，艺人拿四成。

经纪合约还会包括私人事务的限制。一位圈内经纪人向记者透露，“艺人不许关机，必须随时接听公司指示，公司安排的活动必须出席，否则就是违约。”被“偶像剧之母”柴智屏一手捧红的言承旭，也曾忍无可忍跳出指斥柴智屏“没人性，吸血鬼”——f4虽然大红大紫，公司不给配车，出入还得自己搭的士，并经常饿肚子。

2023年艺人演出经纪合同通用篇四

广告市场上，明星代言越来越成为大小品牌不约而同的选择。据美国学者谢尔曼[sherman]上世纪80年代末的统计，在美国电视广告中出现的人物，大约20%是名人，明星代言的费用占据了所有电视广告费用中的10%，并且这一比例正在迅速增长。据西班牙media-analyzer市场调查研究的一项调查，近10年来，西班牙的名人广告增长了400%。在我国，早在2006年上半年，央视一套晚黄金时间明星代言广告，占比即已高达80%以上，其中娱乐明星占总量的88%，其次是体育、商界名人。

与此同时，有调查表明，我国有的公众对明星代言虚假广告感觉“愤怒”。然而，长期以来，我国立法对明星代言广告的行为并无明文，如代言虚假广告造成消费者权益受到侵害，代言明星往往以道歉了事，至多会使其信誉遭受质疑，无需承担法律责任。简言之，在我国法上，明星代言广告长期无“规矩”。

那么，我国《食品安全法》这一规定究竟是不是“欺负明星”？连带责任的承担又是否属于“重责”呢？不妨先与国

外相关立法作一粗略比较。可以说，在其他国家，明星代言广告的法律规定要比我国严格得多。据了解，一些发达国家对名人、明星做广告都设有严格而侧重的法律规矩。

明星代言广告的“域外规矩”

在美国，作为政府管理广告的授权机构联邦贸易委员会，为名人代言广告立下了明确规矩：广告词必须反映代言人真实的意见、想法和使用经验；代言人所声明的准确性必须得到广告商的证实；代言人在广告中有关产品效果部分的声明必须要有事实依据；如果广告中指出代言人使用该产品或服务，那么他必须是该产品的真实使用者；只有当该产品被使用者证实具有所述功效，并且代言人愿意坚持他在广告中所发的声明时，广告商才能继续使用该广告。可见，美国对代言广告的真实性要求极为严格，广告中的语言是广告主对其商品的明示担保，一旦发现违背担保，消费者可据此索赔。明星代言广告被看作“证言广告”和“明示担保”，一旦查出不实，即会遭遇重罚。尽管说，美国演艺及体育明星充当代言人的现象非常普遍，但在严格的法律规矩面前，明星对代言广告却持有十分谨慎的态度，代言行为多见于大众消费品和服务类产品（如化妆品或银行信用卡服务等）的广告中，而对美容产品、保健品及药物类广告的代言则多是敬而远之，宁可只做公司品牌形象代表，也不愿去代言广告。规矩如此严格，违法代言者注定遭遇“重责”。代言虚假广告的明星，甚至很有可能倾家荡产。比如，歌星帕特·布恩因在一则粉刺药霜广告中作了假证受到重罚；[1]摇滚巨星迈克尔·杰克逊因为没有喝百事可乐饮料而受到惩罚，并被公众列为普遍讨厌的知名人物；影视剧演员菲德勒尔为一种治疗十二指肠球部溃疡的药物代言，被查出虚假代言后，不得不将150万美元的代言酬金上交给警察署，另被罚款5万美元，3年内被禁止参与拍摄任何媒介广告；[2]一个好莱坞演员也被证实没有使用代言的美容产品而被罚款50万美元。

在法国，基于欧洲人相对理性的消费观及注重品牌的消费意

识，广告大都注重通过“创意”凸显产品或服务品质，很少去单纯指望代言明星制造人气。在明星代言广告的法律规矩方面，当然也是非常严格的。立法不仅规定广告必须真实、禁止误导消费者，还规定不允许那些定期在有关电视新闻节目中露面的人用其形象或声音做广告。一旦有虚假代言，还可能会面临刑事责任，遭遇牢狱之灾，一位电视主持人就曾因为做虚假广告而锒铛入狱，罪名是夸大产品的功效。因此，法国明星不会随便接受代言广告。

在韩国，政府通过预审制度来规范电视广告内容的真实性和客观性。[3]电视广告由韩国广告自律审议机构进行预审，所有的电视和广播电台的广告在正式播放前必须经过该机构审查。未经审查自行播放的广告，将被视为非法广告。广告自律审议机构给广告行为制定了系列“规矩”，从广告用语、受众、表现形式等各方面对不同领域的产品作了严格限制。另一方面，鉴于有限的国内演艺市场，明星的资源占有空间较为紧张，明星之间的竞争激烈，从而也使他们谨慎对待代言广告的行为，不会随便对产品质量和效果作出保证。此外，代言广告的明星也十分重视自律，保证他们不涉足虚假广告。因此，在韩国，虚假广告的问题很少发生。

在西班牙，尽管明星代言广告增长迅速，且60%的西班牙人承认，看广告时会受到名人效应影响。但西班牙人成熟的消费心理、广告内容的严格审查制度以及商家的自律意识及良好实践，为预防虚假代言广告的滋生提供了有效的保障机制。西班牙人不会盲目购买明星代言的产品，有调查显示，76%的西班牙人认为广告上明星太多反而不会带来很好的效果。广告商特别注意广告内容，发布之前进行认真审查。商家也十分重视自律，各大饮食连锁企业曾与^v^签署自律协议，杜绝不利于儿童健康的广告宣传，尤其是可能引起儿童肥胖症的食品广告，且不能邀请明星、名人为这类食品代言广告。

在加拿大，明星代言广告的法律规矩亦非常严格。《广告标准准则》第七条规定，代言、推荐或证明者必须是该产品或

服务的实际使用者，广告相关信息须有充分事实依据，禁止欺骗或误导消费者，否则将承担相应的民事或刑事责任。加拿大广告标准协会从1972年起实行广告预审制，即对将要播发的广告进行预审，颁发播发许可证以及提供相关咨询的有偿服务。显然，对明星代言的严格义务性规定及完善的法律责任安排，有利于避免明星代言带来的种种麻烦。

在瑞典，规范和制约明星代言广告者，主要是广告法律条文、自律规范和舆论监督等。广告法对所宣传的产品质量和标准有非常明确而严格的规定，对企业进行产品推广作出了种种规定和限制，对食品、药品以及保健品等直接关系到人民健康的产品更是有许多补充条款。广告行业协会会长皮亚·布里克尔说，名人、明星代言产品，就是将其名誉和代言的产品捆绑在一起。代言的产品一旦出现问题，自然而然地会成为公众抱怨和指责的对象，有的甚至连自己的正业也会受到影响。

在智利，消费者法对广告和虚假广告有着明确的定义。法律规定，如果某种产品的成分及其比例、产品价格及付款方式、质保方式等不符合广告内容，其广告都属于虚假广告。此外，广告中的用语和表达方式都必须明确，且内容是可以被证实的。例如，使用“质量有保证”这类用语，必须说明在何种条件下质量有保证。如果有谁通过大众传媒发布了虚假广告，广告所涉及的产品或服务对消费者健康或环境造成危害的，可被处以6万美元的罚款。消费者有权将虚假广告告上法庭，法庭有权终止虚假广告的传播，而且可以要求做广告者自掏腰包发布“纠正广告”以“消除不良影响”。[4] 在日本，虚假代言面临失业风险。日本明星做广告的酬金十分高，所以这也决定了只有大企业才能请得起。在日本，如果明星代言的产品属于伪劣产品，那就意味着明星本人可能会因此受到巨大影响，不但要向社会公开道歉，还会在很长时间得不到任何工作。另外，如果明星本人出了问题，那么广告主也会因为担心自己产品形象受到损害，而立即停止有关广告的张贴与播放。在日本，明星代言虚假广告者必须要向社会公

开赔礼道歉，他们常常以泪洗面，可能不再会有商家找其代言，怕影响自己的产品销售，也可能很长时间找不到片约，对其今后的事业将影响很大。

世界其他国家也对明星代言广告作出相应规定。比如英国负责电视广告监督的“独立电视委员会”对医药广告文字的规定有36条50多款，涵盖医药、治疗、保健、营养和食品添加剂五大类，规定广告中不准出现社会名人包括体育和娱乐界名人对产品的褒奖。[5]在德国，广告法作为竞争法的一部分，要求“广告不得误导大众”。

不难看出，上述国家对明星代言广告的法律规矩，大致可以归纳为这样几个特点：一是明星代言广告的义务性规定明确而严格。即明星代言广告必须“求真务实”，强调实际使用、切实受益、真实感受，在一些特殊产品中，还会对明星代言行为作出特别的义务性规定；二是广告审查制度预防明星代言虚假广告。即采用严格的广告审批或预审制，从程序和制度上保障商业广告的真实性；三是健全而侧重的法律责任。即明星代言虚假广告，不管是否造成消费者实际损失，均有可能被追究民事、行政或刑事责任，而不只是道歉、民事赔偿，也不只是行政罚款。因此，国外明星对产品代言非常慎重，不仅考虑自身利益与前途，更要考虑代言产品是否经过国家有关部门批准销售、消费者用后的效果以及对消费者后期的服务。显然，这更体现了代言明星的浓郁法律意识及强烈社会责任感，也许基于此种认识上的差异，国外明星代言虚假广告的现象没有国内这般泛滥。

《食品安全法》的“宽松规矩”

一是该条规定尽管首次确立明星代言责任，但基于《食品安全法》的调整对象所限，代言产品仅限于食品，即在现行法制环境下，尚未从整体上确立明星代言广告的法律规矩。实际上，明星代言广告的产品和服务种类多样，食品只是其中一类。与明星代言广告的实践相比，该条立法远远不足以约

束明星代言行为。

二是该条规定并非只针对明星、名人而言，而是针对任何社会团体组织和个人。单就个人来说，不管是明星名人还是普通个人，凡是“在虚假广告中向消费者推荐食品，使消费者的合法权益受到损害的”，均平等地“与食品生产经营者承担连带责任”。易言之，本条规定并非只针对明星、名人的特殊规定。尽管广告实践中明星代言越来越普遍，也陆续出现了一些代言纠纷，立法者不可能熟视无睹，但从立法意图和技术上说，并非有意与明星作对，而仅仅是对《广告法》只规定团体责任之立法缺陷的一种补充和完善。“法律欺负明星”一说显然不成立。退而论之，即便立法在个人中专门列出明星、名人，也实属正常，毕竟立法是现实的要求，而代言广告的现实恰是明星代言铺天盖地，且对明星、名人代言广告作出特别规定已被国外立法证明。

三是该条规定适用的广告仅限于“虚假广告”，尚未就所有广告中明星、名人的代言制定规矩。从立法技术上来说，要规制明星代言行为，不能仅限于虚假广告。当然，说明这一问题，恐怕要对“虚假广告”进行界定。美国邦贸易委员会对虚假广告的定义是：凡是广告的表达由于未能透露相关信息而给理智的消费者造成错误印象的，这种错误印象又关系到所宣传的产品、服务实质性特点的均属欺骗性广告。作出实现不了的承诺或者故意不把完整的信息告诉公众的也视为虚假广告。应该说，美国的这一定义赋予了虚假广告较为宽广的涵义。但从有关国家对明星代言广告的“法律规矩”来看，即便广告中的产品无瑕疵或效果好，未“给理智的消费者造成错误印象”，但只要代言人没有实际使用，也要承担法律责任。因此，从适用范围角度观察，我国《食品安全法》对明星代言所立“规矩”实如蜻蜓点水。

2023年艺人演出经纪合同通用篇五

地址：

法定代表人：

乙方：

身 份 证：

经甲乙双方友好磋商，达成协议如下：

1. 甲方全权代理乙方的一切演艺事务，并为乙方商讨及争取与演艺事务有关的最理想条件。
 2. 甲方指定乙方作为“xx”实施本合同规定之权利和义务。
 3. 甲方可指定其代表人负责乙方的宣传、演艺事务工作。
 4. 甲方负责为乙方办理与演艺有关的许可证等有效文件，其演艺事务都由甲方统一安排、备案。
 5. 为促进乙方演艺事业的发展，甲方为乙方提供必要的舞蹈、形体及语言培训，乙方应全力配合。
 6. 为有效的宣传乙方的艺术形象，扩大与提高乙方的知名度，促进乙方演艺事业的发展，甲方有权在包括商业广告、广告性文章、报道在内的一切宣传媒体及其他宣传品种使用乙方的姓名、肖像，并有权为乙方设计个人形象。
 7. 甲方有权将乙方的姓名（包括任何艺名、昵称）、肖像、个人照片、个人录像和个人资料用于乙方的各种宣传、演艺事务活动中，并不需要再支付报酬。
 8. 甲方有权对乙方的公开言行进行指引性辅助，甲方有责任保护乙方的隐私。
1. 乙方以“ ”的个人方式接受甲方为其安排的各类宣传和演

艺事务，并获得从事该活动的收入。

2. 在合同有效期内，乙方必须随时保持与公司的联系。未经公司许可乙方不得擅自出国或休假，不得随意改变形象，否则属乙方违约。

3. 除非甲方书面同意，乙方不得自行安排或参加任何形式的演艺事务，也不得委托第三方提供本合同所提及的所有演艺事务服务。

4. 乙方应服从和积极配合甲方以及其指定的代表人做出的演艺事务和宣传活动安排。

5. 乙方如由于个人活动，影响或可能影响本合同项下甲方为其安排的演艺事务时，应事先向甲方报告，在不影响其总体形象和重大活动情况下，甲方将酌情安排。

6. 乙方应把详细地址、联络方式在甲方备案，并保证甲方可以随时联络到乙方本人，如乙方变更地址、联络方式，应提前通知甲方。

7. 在本合同有效期内，乙方如因病不能完成甲方为其安排的舞蹈演艺事务，事先应出具甲方指定医院开具的诊断证明。如因情况紧急乙方事先无法出具上述诊断证明，则事后应及时补交并说明情况。如乙方因为个人原因安排病假、休假、事假、出境、出国等事宜，必须事先向甲方提出书面请假，在得到甲方同意后方可执行。本合同自行按所拖欠的时间顺延。

8. 乙方应遵守国家有关法律法规以及有关主管部门的管理规章，并按国家规定交纳个人所得税。若乙方发生个人违法行为或牵涉有关法律纠纷，必须对自身的行为和后果承担一切责任。甲方可以此为由终止与乙方的合同而无须征得乙方同意。此外，乙方须赔偿甲方的经济损失（视同解约）并承担

违约责任。

9. 甲方主办的活动，如需乙方无偿参加，乙方不得拒绝。

10. 任何情况下本合同的终止，在甲方未允许的情况下，乙方无权继续使用本合同期内甲方为乙方制作、提供的服装、造型、舞蹈、签名、照片等演艺资源。

11. 乙方有义务保守甲方的商业秘密及维护甲方的名誉。

1. 乙方在完成甲方安排规定的每月基本演出时，甲方支付给乙方的基本工资为人民币元/月。其中首月为试用期，在试用期内甲方支付给乙方基本工资为 元。

2. 乙方的基本工资按公司规章制度定时在次月3日、13日、23日发放（即每10天发放一次）。

1. 在甲方对乙方的经营管理过程中，甲方会充分地尊重和考虑乙方的习惯和建议，但是在演艺事务活动中，乙方应绝对服从甲方的调配和管理，其本人和任何非甲方指定代表人均无权干涉甲方的专业工作。重要原则问题栓放将另做执行备案。一旦发生乙方意见成为甲方工作阻力时，甲方有权终止本合同并要求乙方赔偿甲方所遭受的损失。

2. 乙方应严格履行本合同，除不可抗力因素外，乙方如发生违约，应视情节轻重，向甲方支付人民币两万 元的违约金。除此之外，给甲方造成损失的，应当赔偿其实际损失。

a)乙方因健康原因不能履行本合同义务；

b)甲方认为乙方不适合继续从事本合同规定之演艺事务；

c)甲方认为乙方演艺事务达不到预期效果。

4. 在下述情况下，甲方无须事先通知乙方，可以自行终止合同，并有权要求乙方向甲方支付违约金并赔偿甲方产生的实际损失。

a)乙方自行更换公司；

e)乙方实施其它严重违约行为，给甲方利益造成严重损害的；

f)乙方保证，至本合同签署时，未与任何第三人（包括自然人、法人或其他组织）达成与本合同部分或全部相同，或相似的文字和口头协议（“在先协议”），否则，由于在先协议而导致本协议无法完全实行履行的，视为乙方违约，乙方将承担全部责任。

5. 在下列情况下，乙方无须事先通知甲方，可以自行终止合同，并有权要求甲方向乙方支付违约金并赔偿乙方发生的实际损失。

a)甲方在本合同期内未能履行本合同规定之义务；

b)甲方严重拖欠乙方本合同规定之利益；

c) 甲方胁迫乙方从事违反国家法律法规之活动；

d) 甲方实施其它严重违约行为，给乙方利益在造成严重损害的。

6. 本合同或其中的任何条款，经甲乙双方协议统一，可以书面予以变更或者解除。

1. 甲方享有乙方演艺事务期限为：_____年____月____日生效，至_____年____月____日。

2. 本合同在任何情况下，都不得被视为双方间依照□^v^劳

动法》及其相关法律法规签署的劳动合同。

3. 甲乙双方在履行合同中发生的一切争议，应通过友好协议加以解决，协商不成的，任何一方有权向本合同签订地人民法院提起诉讼。

4. 本合同有效期满一个月前，如公司有意续约，可以不低于本合同条件，优先与乙方续约，续约时间不低于一年。

5. 本合同一式两份，由甲乙双方各执一份。

6. 本合同由双方或其代表于年签订生效。

甲方（章）：

地址：

代表人签字（章）：

乙 方(签字)：

身份证号码：