

最新抖音直播合同(模板9篇)

生活当中，合同是出现频率很高的，那么还是应该要准备好一份劳动合同。优秀的合同都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编帮大家整理的最新合同模板，仅供参考，希望能够帮助到大家。

抖音直播合同篇一

2、乙方严重失职、营私舞弊，对甲方利益造成重大损害的；

3、乙方被依法追究刑事责任的。

以上三种情形，甲方有权立即解除本合同，并有权不支付经济补偿。

5、乙方不能胜任工作，经过培训或者调整工作岗位，仍不能胜任工作的；

6、本合同订立时所依据的客观情况发生重大变化，致使本合同无法履行，经甲乙双方协商不能就变更本合同达成协议的。

因以上三种情形解除本合同的，甲方可以解除劳动合同，但是应当提前三十日以书面形式通知乙方本人，并按国家有关规定支付经济补偿。

7、甲方以暴力、威胁或者非法限制人身自由的手段强迫乙方劳动的；

8、甲方未按照本合同约定支付工资的。

以上两种情形，乙方可以随时提出解除本合同。

9、乙方单方解除劳动合同。

因此种原因解除本合同的，乙方应当提前三十日以书面形式通知甲方，如因此造此甲方实际损失(包括培训费用、经济损失等)的，乙方还应予以赔偿。

抖音直播合同篇二

乙方：_____

鉴于乙方的综合发展的需要，鉴于甲方的专业、权威经纪资源和对乙方的认可，为了更有效地保证乙方在自媒体的发展，维护合作双方的合法权益，经委托方（以下简称乙方）和代理方（以下简称甲方）友好磋商，并达成共识，乙方正式委托甲方作为其全权经纪代理人。甲、乙双方本着自愿、平等、公平、诚实、信用的原则，经友好协商，为明确双方权利和义务关系，根据^v有关法律、法规的规定特签订本合同。

第一条协议范围内，双方的关系确定为合作关系。为提高乙方的知名度，更好地促进乙方在快手直播平台视频直播事业的发展，甲方根据乙方的申请，确定担任乙方的全权经纪代理人，负责乙方在快手（含但不限于）平台的直播事务。

第二条乙方可付费使用甲方提供的快手号，并在合同期内拥有账号id更名权，账号费用按粉丝基数每10000（壹万）粉丝收取1000元（壹仟圆整）计算。

第三条合同有效期内，甲方负责乙方直播相关活动的策划、宣传、推广等业务，乙方负责配合甲方完成产品销售等直播活动，直播所得收入按照分成。

第四条甲方需为乙方提供兽药销售相关知识培训，乙方需认真学习甲方提的培训知识，因乙方错误的产品推荐而产生的相关纠纷由乙方个人承担，甲方不承担连带责任。

第五条乙方需在国家法律、法规及平台规章制度许可范围内

开展直播活动，不得提供色情、暴力等直播内容。

第六条甲方对乙方拥有监督权，有权利定期检查乙方的账号是否存在违规情况。

第七条乙方需完成每天小时，月累计45小时的直播任务；粉丝达到十万后，需完成每天2小时，月累计60小时的直播任务。因特殊情况无法直播时，需说明理由，并于当月补足时长。

第八条乙方需在每一个自然日完成线上、线下订单的整理，以及相关账务处理。

第九条如因客户需要安排顺丰发货，扣除甲方补助的金额，其余金额由乙方承担。

第十条乙方不得泄露公司内部信息，不得向其他同类平台、同类公司提供同事姓名、电话在内的一切个人信息。

第十一条乙方不得与其他平台、其他公司的签订同类合作协议，不可以代理甲方提供厂家以外的货品，如有违约，乙方违约所得收入归甲方所有，并付违约金30000元（叁万元整）。

第十二条如乙方因个人原因选择终止合同，在合同终止当日起两年内，乙方不得从事与兽药销售相关的行业，竞业禁止期间，甲方每月支付乙方300元的经济补偿金。

第十三条本合同有效期从_____年____月____日至_____年____月____日，由签约日计。

第十四条本协议一式两份，甲乙双方执一份，具有同等法律效力。

第十五条争议处理

1、对于执行本合同发生的与本合同有关的争议应本着友好协

商的原则解决；

第十六条本协议到期后，双方均未提出终止协议要求的，视作均同意继续合作，本协议继续有效，如果不再继续合作的，退出方应提前三个月向另一方提交退出的书面文本，并将己方的有关本合同项目的资料及客户资源都应交给甲方。

第十七条违约处理

第十八条如果一方违反本合同的任何条款，非违约方有权终止本合同的执行，并依法要求违约方赔偿损害。

第十九条协议解除

- 1、一方合伙人有违反本合协议的，另一方有权解除合作协议
- 2、一方合伙人出现法律上问题及做对企业有损害的，另一方有权解除合作协议

第二十条未尽事宜，双方可在协商补充协议，补充协议同等本协议有效

第二十一条本合同一式两份，双方各执一份，具有相同的法律效力

甲方：_____（签章）

乙方：_____（签章）

日期：_____

抖音直播合同篇三

需要先选几个自己觉得能靠得住的粉丝组成良好、稳固、有

力的核心队友，她们构成你影响力的内在核心圈，主要原因是她们能让你发挥所长，而且他们都真心期盼你获得成功。她们不会在背后说你的坏话，并且会发自内心全力为你着想，你跟她们的相处会真切、愉快而融洽，同时也能增强你的自信心。

要记得时刻提醒自己遵守交流的规则，不是“粉丝可以为我做些什么？”而是“我可以为粉丝做些什么？”在回答粉丝的问题时，不妨主动再接着问一句：“我可以为你做些什么？”要不然，你的直播道路上将会出现较多“堵塞”或“事故”。

寻找机会，举办一些活动，因为粉丝见面会的场合可以进一步加深与粉丝的关系，并彼此留下更深更好的印象，另外，你可能还会结识许多新朋友。

假如粉丝遇到困难，要及时给予他心理安慰。在粉丝情绪低落时，热心地打个电话给他们，表达你支持他积极意愿的最好方式。

抖音直播合同篇四

本院认为，《最高人民法院关于适用〈合同法〉若干问题的解释（二）》第二十九条规定，当事人主张约定的违约金过高请求予以适当减少的，人民法院应当以实际损失为基础，兼顾合同的履行情况、当事人的过错程度以及预期利益等综合因素，根据公平原则和诚实信用原则予以衡量，并作出裁决。本案中，对于《主播演艺经纪协议》中约定的违约金，本院根据双方在签订该经纪协议时的预期利益、刘苓役的过错程度和该经纪协议刚履行数月即因刘苓役违约而被解除以及刘苓役转播之后的收益等具体情况，根据公平原则和诚信原则，认为200万元并非过高。刘苓役虽认为违约金过高，但未能举示任何证据予以证明。节选自（2019）渝01民终1271号民事判决书。

（四）主播是否存在违约行为？

其中违约行为有多种，其中未解除双方合同，便在其余平台进行直播系常见情形，另外还有直播行为不满足双方合同（如直播时长不足等）及平台规则等情形的违约行为。节选自（2019）渝0117民初8891号民事判决书。

（五）合同条款是否构成格式条款

主播除了与直播平台公司签订直播合同，还需要遵守平台内的各种规范协议，当双方存在争议时，主播往往以上述条款构成格式条款进行抗辩。

值得注意的是，《民法典》对格式条款的规定有了变化，平台公司在签订合同过程中应当由其注意，避免合同条款被认定为格式条款。

（六）主播与平台是否构成劳动关系

关于主播与平台之间的法律关系到底是劳动关系还是民事法律关系的争议需要具体结合双方约定的合同内容。

比如，在（2019）渝民申2273号案件中，法院对直播合同法律关系进行了释明。“案涉《主播演艺经纪协议》在法律性质上具有委托、代理、行纪等多种法律关系，是属于具有综合属性的演出经纪合同，并非单纯的劳动合同，不属于《劳动争议调解仲裁法》规定的应当先向劳动争议仲裁委员会申请仲裁的案件。”

抖音直播合同篇五

（二）具体违约情形，细化违约条款

笔者从重庆的案例中发现，或许是新兴的行业，对于直播行

业关于违约责任的条款还是比较简单粗暴的，一个履行几个月的合同，主播收益也不过几万元，动辄约定几百万的违约金，当然这么约定存在威慑主播的用意，但是很多情况下往往起到相反的作用，在无法举证相关损失的情况下，往往给了法官很大自由裁量的空间，违约金额与约定金额往往相差巨大。在这种情况下，如果通过设置各种情形下对应的适当金额的违约责任，法官可依照合同约定判决而避免了自由裁量，往往可以取得不错的效果。笔者认为这才是最大保护平台公司的办法。

（三）对于主播的义务应约定明确

实践中，平台公司应就合同项下的义务明确清楚，比如是否为独家签约，独家义务的具体范围和表现形式是什么，对于业内常见的违反独家义务的行为，可以在协议中明确列举，作为禁止性行为，这位日后产生争议提供了较为明晰的依据。

抖音直播合同篇六

除了上述三个功能之外，巨量创意还提供如创意定制、创意联盟第三方收费合作机构，给予品牌方更多选择。

品牌方除了投放信息流广告，还可以在巨量星图发布推广任务等达人接单或主动寻找抖音达人进行推广合作。

在传统文字社交媒体时代，品牌主通常会找行业内的kol进行合作推广，即关键意见领袖。

他们的主要区别在于kol在幕后发表观点，而达人会站在镜头前进行表达，人物性格形象更加鲜明。

为了帮助品牌方更好的挑选内容调性、粉丝画像符合自身品牌形象、产品卖点的达人，巨量星图上线了星图优选功能。

星图优选通过行业分析，给到行业投放趋势、行业投放达人分布、达人画像分析、行业投放top品牌榜单、行业投放效果标准值等维度给到品牌方，让品牌方找到更适合自己的达人，从而实现高效、高精度投放。

在媒介碎片化的传播时代，传播更着重品牌与用户的持续沟通，建立品牌关系，毕竟对消费者的产品销售只能代表现在，不能决定未来，只有品牌关系才能影响长远。

在抖音短视频平台中，平台提供企业号蓝v认证，有效区别品牌方用户与普通用户。

品牌方在完成企业号认证之后，便可获得唯一昵称、同昵称搜索置顶、商家页面展示等功能。

抖音本地生活服务，对标的是美团。

抖音自成立本地生活服务以来，一直在给予其更多的流量曝光，帮助本地线下的小企业、小品牌进行线上的营销，如门店曝光、团购商品售卖等。

于是，在抖音上，大大小小的探店博主、探店视频如雨后春笋般涌现。

最初，线下门店与探店达人合作，达人收获粉丝与佣金，线下门店收获客户，并留存部分客户，双方互利共赢。

其中较为经典的案例有北京珍海肴海鲜自助餐厅线下门店，其自己着手入驻本地生活、上线产品、拍摄视频并通过dou+门店优秀推广进行投放，投放400元却带来7万2的交易额，投入产出比高达186，并在在此次投放之后，品牌攀升为背景抖音美食榜的第三名。

抖音电商改变用户的购买行为：

在传统电商中，用户是有目的、只能按部就班的接收信息并进行决策，用户的购买行为是

而在抖音上，用户的购买行为变为，抖音将这种电商模式称为兴趣电商。

兴趣电商是抖音商业功能的重要闭环，也是最重要的一环，无论是图文电商、视频电商、还是搜索电商、直播电商，它能让品牌方轻松实现品牌曝光与销售转化的品效合一，品牌方既能得到品牌的声量，又能得到品牌的销量，这是其他社交媒体的信息流广告或kol接单无法达成的。

故此，本文认为基于抖音平台背景下的品牌营销策略应抓住抖音平台发展的重大节点，归纳总结为三点：。

用户在哪，广告则在哪。在抖音上投广告，伴随媒介的变化，广告投放策略也会随之变化。本文认为在抖音投放广告有以下两个策略：

抖音直播合同篇七

视频运营的工作中主要包括4方面，内容策划、用户运营、渠道推广及数据分析。具体来说，内容策划就是规划短视频内容，准备选题及拍摄制作等相关工作，也是短视频运营人员的工作重心所在，花费的时间和精力最多，毕竟泛娱乐化的视频时代，去同质化是我们短视频运营突围的最好方向。

此外，用户运营也是短视频运营人员的又一工作重点，应该说这是所有做运营工作的工作重点，了解用户画像和用户喜好，才能更加精准的开展粉丝营销，更容易吸引精准的产品用户，从而形成自己的社群，实现长期的营销转化。那么短视频的用户运营工作主要有用户互动和反馈信息整理，策划用户活动，社群运营等。

最后就是数据分析，这和我们之前做新媒体运营差不多，每天都要看、博的运营数据，短视频运营也是一样，所有的平台都需要数据化运营。比如某一条视频全渠道的播放量，单渠道的播放量，收藏量等都需要分析。要找出影响这些点的因素，针对我们制作的短视频进行优化。

这是一个相对庞大的工程，但是目前短视频运营人员需井喷，如果你想进入这个行业，还不是很方向，你可以去看看传智播客新媒体短视频运营学科，学的还是很系统的，我就是从那0基础学习出来的，目前在做短视频运营，每个月k多。

短视频不是一个让猪飞起来的风口，而是一个新出现并且未来会长久且广泛存在的平台，它会越来越多地跟生活的方方面面融合起来。它是新生代年轻人的语言表达方式，相较于图文，年轻人愿意用短视频来记录生活，因为短视频更有趣、更丰富、更轻松。专业抖音快手代运营，个人帐号运营孵化，直播带货。

抖音直播合同篇八

甲方：

法人代表人：

地址：

乙方：

艺名/昵称： 直播平台： 平台账号：

身份证号码：

地址：

电话： 电子邮箱：

鉴于：

1. 甲方是一家依据^v法律成立并持续经营的公司，具有专业、权威、丰富的经纪资源。
2. 乙方拥有良好的演艺才能或艺术天赋，有志于逐步提升演艺水准和知名度。
3. 现甲乙双方为了现实共同的目标，经友好协商达成本协议。

为此，各方本着平等互利、诚实守信的原则，经友好协商，就共同进行甲方之经纪推广的各项合作事宜，达成如下协议。

定义解释：

抖音直播合同篇九

主播与平台合同纠纷，常见的争议焦点主要分为下面几类：

（一）合同解除后，平台公司是否可以主张退回技术培训费、宣传推广费。

双方签订直播合同后，平台往往会提供主播技术培训费和宣传推广费，该笔费用的发生、费用承担、是否需要返还、返还条件均需要在合同中明确约定，同时还需要保存相应的支付凭证予以主张。

在（2019）渝0240民初739号判决中，虽然对费用的退还进行了约定，但是平台公司无法提供证据证明提供了相关培训，导致无法获得法院的支持。

（二）双方解除合同到底是哪一方违约导致

双方签订的直播合同系典型的双务合同，平台需要为主播提供相关的道具、宣传即引流，主播需按照平台公司的规定完成足够时长或者特定内容的内容直播，所以在很多案件中，往往都存在着不同程度的违约行为，那么到底哪一方违约导致合同解除在违约责任的判定中就显得尤为重要。

（三）违约金是否过高，是否予以调整？

这是此类纠纷最为人关注的一个焦点问题。近年来我们关注到的多起主播违约案的巨额巨额违约金。对于合同违约金，性质上以补偿性为主，惩罚性为辅。违约金的意义在于对合同履行利益的补偿，同时也不排除在公平、诚实信用原则的指导下，当事人约定惩罚性违约金。