

【比亚迪方程豹】X【珠峰文旅】IP 授权合作合同

合同编号：

甲方（授权方）：杭州鲜活万物文化科技有限公司

统一社会信用代码：91330108MA2H014C2Q

联系人：郭鑫

联系电话：15824450442

电子邮箱：mkt2@xhww.cn

地址：浙江省杭州市上城区钱江路509号杭港科技大厦四层440室

乙方（被授权方）：杭州元浪文化科技有限公司

统一社会信用代码：91330106MA28UWACOL

联系人：苏薇

联系电话：15382320871

电子邮箱：suwei@yuanlang-culture.com

地址：浙江省杭州市余杭区仓前街道余杭塘路2853号未来科技城宝龙广场2幢7楼701-703

鉴于：

1. 甲方系依据中华人民共和国法律设立及有效存续的有限责任公司，为知名IP【珠峰文旅】标识、衍生产品/服务、经营资源之官方独家运营商，有权负责【珠峰文旅】IP的开发运营、对外授权事宜。

2. 乙方系依据中华人民共和国法律设立及有效存续的有限责任公司，乙方及乙方客户希望获得【珠峰文旅】IP及其相关素材的合法授权，并开展【比亚迪方程豹X珠峰文旅】联名合作项目合作。

根据《中华人民共和国民法典》等相关法律法规规定，甲乙双方经友好协商，就【比亚迪方程豹X珠峰文旅】联名合作项目相关事宜达成一致，并签订本合同，以资双方共同遵守。

第一条 名词与定义

如无特别说明，本合同中使用的下列名词，均采用如下定义和解释：

1.1 乙方客户：指【网易传媒科技（北京）有限公司】、【深圳方程豹汽车销售有限公司】。

1.2 本项目：指甲方与乙方、乙方客户开展的【比亚迪方程豹X珠峰文旅】联名合作项目。

1.3 授权 IP：指甲方根据本合同，许可乙方使用的【珠峰文旅】IP。

1.4 授权标的：指本合同项下甲方许可乙方使用的授权内容，包括授权 IP 的名称及授权素材的使用权。

1.5 授权素材：指甲方提供的与授权 IP 相关的图库、设计元素等相关素材。

1.6 联名活动：指本合同项下乙方及乙方客户在本项目下开展的跨界合作活动、联合营销活动、联合体验活动、联合公益活动等。

1.7 联名产品：指乙方或乙方客户使用授权标的开发的产品，包括但不限于文具、玩具、生活用品等实体产品以及虚拟环境下的主题、皮肤、场景、道具、数字藏品等虚拟产品。

1.8 SKU (Stock Keeping Unit)：指根据不同配置、颜色、款式对某一型号产品进行细分形成的各款产品。

1.9 乙方、乙方客户及其关联公司、旗下门店：指（1）由乙方或乙方客户直接或间接控制、受其共同控制或重大影响、或与乙方或乙方客户受同一主体控制的公司；（2）前述主体的直营、联营及加盟门店。

1.10 授权标的使用规范：指甲方书面出具给乙方（及乙方客户）的授权使用要求、规范及指引，见附件三。甲方可随时更新，乙方收到更新后应及时同步至乙方客户，各方均按最新版本执行。

1.11 监修管理规定：指甲方书面出具给乙方（及乙方客户）的送审流程、要求及

规定，包括须提交甲方审核的产品及文件范围，见附件三。甲方可随时更新，乙方收到更新后应及时同步至乙方客户，各方均按最新版本执行送审及监督流程。

1.12 版权方：指授权 IP 的版权所有人【日喀则极之旅国际旅行社有限公司】，及其授权的官方独家运营商【杭州鲜活万物文化科技有限公司】。

第二条 合作内容及授权标的

2.1 甲乙双方一致确认，本项目具体合作权益包括：

2.1.1 授权标的使用权：乙方可将授权 IP 的名称、授权素材用于联名活动、联名产品说明书及内外包装，以及与联名活动相关的推广、宣传。

2.1.2 联名产品开发、礼赠：乙方可将授权标的用于不超过 5 款与本项目相关的礼赠品设计及制作。该等礼赠品仅限活动赠送，不得以任何形式对外销售。

2.1.3 融媒体账号宣发支持（详见本合同第五条）。

2.2 本合同项下授权仅包括联名活动开展及活动联名产品（即礼赠品）开发、设计授权，如乙方拟开发联名产品进行销售，则甲乙双方另行协商确定。

第三条 授权性质、授权期限及授权区域

3.1 授权性质：普通许可，乙方不得转授权。但乙方可将本合同项下部分或全部权利义务再许可给乙方客户在本合同授权范围内使用，乙方应确保乙方客户遵守与本合同相同标准的义务（包括但不限于监修管理要求、防伪标签粘贴需求、合同终止后的下架义务、知识产权归属、授权标的使用规范等）。乙方客户存在违反本协议任一规定行为的，视为乙方存在该违约行为，甲方有权要求乙方承担对应违约责任。

3.2 除本合同另有约定或经甲方另行书面同意外，乙方不得以任何理由将本合同权利或义务转让、出借或转授权给第三方，不得以本合同中的权利对外设立质押及其他担保物权，也不得以本合同约定范围外其他任何形式处分本合同中的权利。

3.3 授权期限

3.3.1 本合同授权期限共计【4】个月，预计自【2026】年【6】月【1】日起至【2026】年【9】月【30】日止，实际授权期限自首个传播物料、产品上线或对外宣发之日（以下简称“起算触发日”）起算，但起算触发日最晚不得超过【2026年6月30日】。具体规则如下：

- (1) 若起算触发日在 2026 年 6 月 30 日及以前，则授权期限自该实际发生日起算；
- (2) 若起算触发日晚于 2026 年 6 月 30 日，则授权期限自 2026 年 6 月 30 日起算。
- (3) 授权期限届满日为按上述规则确定的起算日后的第 4 个月对应日（如无对应日，则为该月最后一日）。
- (4) 前述预计起止日期仅为预估，实际授权起止日以本条约定的起算规则为准。

3.3.2 本合同无论因何种原因终止或解除后，乙方、乙方客户及其关联公司、旗下门店等应当：

- (1) 不得再以任何方式继续使用授权标的及基于授权标的二次创作的作品从事任何行为，并立即下架相关物料、产品；
- (2) 不得生产、销售使用授权标的及基于授权标的二次创作的作品的产品、包装、标签、宣传品；
- (3) 不得进行与授权标的及基于授权标的二次创作的作品直接、间接相关的再设计、再创造；
- (4) 不得以授权标的及基于授权标的二次创作的作品、或任何易于与授权标的产生混淆的类似标的名义宣传或销售任何产品或进行其他活动，但在授权期限内已经发布、传播的宣传资讯类内容均可在原线上渠道保留。

乙方应在合同终止后 5 个工作日内向甲方提交书面履约确认函，说明已完成上述清理工作。甲方有权进行核查，如发现乙方或乙方客户违反本条约定的，甲方有权追究乙方违约责任。

3.4 授权区域：中华人民共和国境内（港澳台地区除外），由于互联网的特殊性，用户在许可地域以外的区域通过互联网观看到许可内容不视为对地域范围的违反。

第四条 监修管理

4.1 在本合同履行过程中，乙方及乙方客户应将所有含有授权标的，或基于授权标的进行二次创作的作品，包括但不限于联名活动的开发计划、设计文件、宣传物料及其他与联名活动相关、需上市或对外公布的文件及材料，按照《监修管理流程规定》（详见本合同附件四）提交甲方及版权方审核。

4.2 未经甲方及版权方共同审核通过，乙方及乙方客户不得对外公布或使用前述文件及材料。若乙方或乙方客户擅自对外公布，视为乙方根本违约，甲方有权单方解除本合同，并要求乙方承担相应违约责任，并赔偿甲方因此遭受的全部损失（包括但不限于直接经济损失、第三方违约责任、赔偿金等）。

4.3 因乙方或乙方客户未遵守《监修管理流程规定》所导致的一切后果，由责任方自行承担，与甲方、版权方无关。

第五条 许可内容

5.1 联名活动：定义见本合同第 1.6 条，乙方在珠峰小镇举办比亚迪方程豹 X 珠峰文旅联名活动，活动现场及线上、线下宣传物料中露出授权素材（活动场地不包含在本合同授权或合作范围内，由乙方自行协调）。

5.2 联名产品：定义见本合同第 1.7 条，【5】个 SKU，该等联名产品仅限活动赠送，不得以任何形式对外销售。

5.3 联合宣传：甲方协调至少 10 家（含本数）融媒体账号配合发布与本项目联名活动相关视频，每个账号发布一条。发布账号暂定如下：

- (1) 抖音：珠峰文旅集团；
- (2) 小红书：珠峰文旅之旅；
- (3) 微博：珠峰文旅；
- (4) 微信公众号：珠峰文旅集团、珠峰文旅西藏日喀则国旅、日喀则融媒、云

端珠峰、文旅日喀则、喜卡孜文化、西藏喜格孜旅游车辆公司、Hi 遇见珠峰。

以上名单仅供参考，非最终名单，甲方可根据视频内容及账号实际情况自行调整。

5.4 拍摄配合：珠峰文旅委派代表配合拍摄 1 支比亚迪闪充站珠峰小镇站祝贺视频 10-15 秒，并发布在珠峰文旅账号。

第六条 防伪标签

6.1 乙方客户应在联名产品及其外包装上的位置粘贴由甲方指定的当年度防伪标签。乙方及乙方客户应按照联名产品实际生产计划，向甲方提前申请购买相应数量的防伪标签（0.2 元/个，含税），具体购买数量由乙方或乙方客户填写防伪标签申请单。乙方及乙方客户不得自行仿制或向第三方采购防伪标签。

6.2 防伪标签由甲方在收到费用后发货并开票，如甲方提供的防伪标签不能正常使用的（不能粘贴或褪色、图案模糊等），乙方及乙方客户应配合将不能正常使用的防伪标签全数退还甲方，甲方将向乙方客户做等量更换。

6.3 乙方及乙方客户或其指定生产厂商应按甲方要求在每一联名产品的指定位置张贴防伪标签。未张贴防伪标签，或张贴伪造、变造防伪标签的产品，均视为盗版产品。

无论本合同因任何原因终止或解除，若乙方及乙方客户或其指定生产厂商出现上述情形，视为乙方根本违约，甲方有权单方解除合同，并要求乙方支付合同金额 30% 的违约金，乙方因此给甲方带来损失超过违约金的，甲方有权主张额外超出的损失。

第七条 授权使用费

7.1 根据甲乙双方约定，乙方应向甲方支付本合同项下的授权使用费（含税）为人民币【390,000】万元（大写：【叁拾玖】万圆整），税率 6%，具体明细详见本合同附件六《报价单》；其中不含税金额为人民币【367924.53】元，对应税金为人民币【22075.47】元。除本合同另有约定或双方书面确认的补充事项外，前述费用为甲方提供本合同项下全部授权服务的最终总对价，乙方无需再向甲方或任何第三方支付其他任何费用。

甲乙双方一致确认，该授权使用费系独立、固定，不因任何情形（包括但不限于联名活动是否开展、本合同或项目是否提前终止）而受影响或退还，但因甲方过错或不可抗力原因直接导致本合同无法继续履行的除外。

7.2 预付款支付：甲方应于本合同签署后【5】个工作日内，向乙方开具与预付款等额的合法有效增值税专用发票。乙方应在收到符合要求的预付款发票后【5】个工作日内，通过银行转账方式向甲方指定的银行账户支付预付款人民币【314,400】元（大写：人民币【叁拾壹万肆仟肆佰】元整）。

尾款支付：甲方已完成本合同第五条第 5.1 款、第 5.2 款约定的授权标的设计源文件的交付并经乙方验收合格后（甲方交付每个事项或对应交付物后 3 个工作日乙方应当完成验收，逾期视为验收合格），甲方应向乙方提供与本合同附件五《报价单》格式一致的费用结算单。乙方确认结算单后，甲方应向乙方开具尾款等额的合法有效增值税专用发票。乙方应在收到符合要求的尾款发票后【10】个工作日内，通过银行转账方式向甲方指定的银行账户支付尾款人民币【75,600】元（大写：人民币【柒万伍仟陆佰】元整）。双方确认，甲方完成本合同第五条第 5.3 款约定的联合宣传义务，以甲方已足额收到上述尾款款项为前提，甲方未收到尾款的，有权暂停执行第 5.3 款及本合同其他条款约定的相关义务，且不视为甲方违约。甲方应开具的发票类型为【增值税专用发票】，增值税率为【6】%，发票内容为【现代服务*授权服务费】。

7.3 甲方指定收款账户：

公司名称：杭州鲜活万物文化科技有限公司

开户银行：招商银行股份有限公司杭州运河支行

银行账号：571914328210902

本合同中涉及乙方应支付给甲方的费用均需付至上述甲方指定收款账户，甲方未授权其他方收款；否则因此发生纠纷的，甲方不予负责，且乙方仍需付清相应款项。

7.4 乙方及乙方客户开票信息

公司名称：杭州元浪文化科技有限公司

纳税人识别号：91330106MA28UWACOL

注册地址：杭州市余杭区余杭街道文一西路 1818-2 号 3 幢 206 室

注册电话：0571-88615380

开户银行：中国工商银行杭州转塘支行

银行账号：1202224309900033933

甲方应当在乙方及乙方客户将相应款项支付完毕后，为乙方开具合法有效的增值税专用发票。

第八条 甲方的权利义务

8.1 甲方保证其向乙方及乙方客户提供的授权标的具有合法来源，不侵犯任何第三方权利。如授权标的存在知识产权或其他权利来源瑕疵，甲方应立即采取必要措施予以更正；因此引发第三方异议或主张权利的，由甲方负责解决并承担全部责任；若因此给乙方造成实际经济损失的，甲方应向乙方赔偿直接经济损失，如直接导致本合同无法继续履行的，乙方有权单方面解除本合同并要求甲方支付合同金额 30% 的违约金，甲方因此给乙方带来损失超过违约金的，乙方有权主张额外超出的损失。

8.2 甲方有权根据本合同约定，对本项目开展过程中所涉及的设计、生产、宣传等内容进行审核。未经甲方审核通过，乙方及乙方客户不得开展相关活动，亦不得进行线上或线下的宣传物料上线及上架销售。

8.3 乙方及乙方客户开展本项目过程中，如涉及任何第三方版权或其他合法权益的，均由乙方自行解决并承担责任，与甲方无关。乙方应保证甲方免责，如因此给甲方、版权方造成损失的，甲方及版权方有权要求乙方赔偿。但甲方授权素材涉及第三方权益的除外。

8.4 如甲方认为乙方及乙方客户任一阶段的工作成果不符合要求（包括但不限于使用低俗语言、产品描述重大错误、不符合品牌调性等），乙方及乙方客户应按甲方意见修改。经甲方三次提出修改意见后仍不符合要求的，甲方有权要求继续修改直至通过，或要求乙方停止该品类生产或更换品类（更换品类须经甲方书面确认）。如乙方拒绝接受甲方或版权方意见，甲方有权单方解除本合同，并要求乙方及乙方客户赔偿因此给甲方造成的损失。

第九条 乙方及乙方客户的权利义务

9.1 乙方及乙方客户须按甲方要求提供合法资质的证明文件，并严格在本合同授权范围内开展设计、生产、销售、宣传等事宜。乙方不得超范围向乙方客户转授权，乙方客户不得再行转授权（但网易传媒科技（北京）有限公司根据本协议第3.1条约定再许可深圳方程豹汽车销售有限公司不视为违约】）。未经甲方及版权方的书面明确同意，任何超范围转授权行为均视为无效，构成乙方根本违约。

9.2 乙方及乙方客户不得超越本合同授权许可的范围、区域、期限、形式、目的使用授权标的。未经甲方同意，不得任意歪曲、篡改和私自改变甲方提供的素材及品牌标识的任意元素，包括但不限于文字、图案、大小、比例、材质、图形等。

9.3 乙方及乙方客户应当保证其使用授权标的之行为的合法性、真实性、正确性，不违反国家的强制性规定、不侵害第三方的合法权益，如其不当使用行为（包括但不限于在产品开发、宣传、销售等阶段擅自使用他人字体、插画、素材侵犯第三方知识产权）或不当的广告用语导致任何纠纷和责任时，乙方自行处理和承担并保证甲方免责。因此给甲方财产或名誉等合法权益造成损害的，同时乙方、乙方客户应当立即采取措施（包括但不限于下架违规物料、发布声明函/免责函等），以确保甲方、版权方不受影响，同时甲方可单方面终止本合同，并要求乙方赔偿由此给甲方及版权方造成的损失（包括但不限于直接经济损失、第三方违约金，以及甲方为主张权益产生的律师费、诉讼费等）。

9.4 乙方及乙方客户应按照国家有关规定、行业有关规定以及本合同的要求，保证联名产品的质量安全并规范使用授权标的，保证对其提供的所有产品质量承担全部的责任，因乙方及乙方客户原因造成产品的质量问题的由乙方及乙方客户自行承担，甲方不负任何法律责任，如因此给甲方造成损失的，乙方及乙方客户应予以赔偿。

9.5 在未经甲方授权许可的情况下，乙方及乙方客户不得将甲方提供的任何资料或制作内容及其元素在本合同目的之外使用或提供、泄漏、转让给任何第三方，亦不得用于除本合同目的之外的任何其他用途。

9.6 乙方及乙方客户不得以任何形式在同一宣传页面捆绑销售非联名产品，不得以任何形式损害甲方及【珠峰文旅】之品牌形象。否则，由此所造成的一切损失由乙方及乙方客户自行承担。

9.7 乙方及乙方客户在开发、设计、生产、销售联名产品，或制作宣传物料，或对联名产品进行宣传、推广、运营时，均须严格遵守《授权标的使用规范》《监修管理流

程规定》的规定。乙方违反上述约定的，甲方有权要求乙方立即改正；如乙方未立即纠正或在甲方要求改正后，乙方再次违反上述约定的，甲方有权单方面解除本合同并要求乙方支付合同金额 30% 的违约金，乙方因此给甲方带来损失超过违约金的，甲方有权主张额外超出的损失，乙方已支付的费用不予退还。

9.8 乙方承诺，已向乙方客户充分披露本合同全部内容，确保其知晓并同意按照本合同约定使用授权标的并履行相关义务。乙方客户如有违反本合同约定的行为（包括但不限于擅自上架等），视为乙方违反相关约定，甲方有权按本协议约定向乙方主张相关责任。同时，乙方应立即采取制止、沟通等一切必要措施，防止违约行为扩大或继续发生。

第十条 知识产权

10.1 本合同项下授权标的的所有权、知识产权根据实际情况分别属于甲方或原权利人所有；乙方及乙方客户不得自行选取授权标的用于宣传推广，也不得将授权标的用于本项目以外的其他任何用途。

10.2 本项目履行过程中，如需设计、开发、使用、再创作与甲方授权素材近似、类似、变形或基于授权素材再创作产生的图形及文字，无论用于何种用途，均须事先取得甲方及版权方书面同意。乙方及乙方客户基于本合同履行所产生的新成果（包括但不限于上述图形、文字等），自完成之日起，在本合同授权期内归日喀则极之旅国际旅行社有限公司、杭州鲜活万物文化科技有限公司与深圳方程豹汽车销售有限公司三方共同所有；授权期满后，归杭州鲜活万物文化科技有限公司与深圳方程豹汽车销售有限公司共同所有。

10.3 无论本合同是否期满或终止，乙方及乙方客户均不得以任何形式将任一授权标的（或其任何部分）申请注册登记，包括但不限于拆分、组合或变形后的登记。

第十一条 保密

11.1 商业秘密：任何一方未公开的任何技术信息和经营信息，包括但不限于：产品信息、产品价格、产品配方、产品计划、销售计划、奖励政策、客户资料、财务信息

等，以及非专利技术、设计、程序、技术数据、制作方法、资讯来源等，以及有关本合同的一切信息和情况均构成该方的商业秘密。

11.2 保密：双方对因本合同而知悉的任何商业秘密均负有保密义务，任何一方在任何时候均不得向第三方披露另一方的商业秘密，非经另一方书面许可不得向任何第三方泄露。但应政府部门或法律法令的强制性要求而披露的、将秘密信息披露给各自的专业顾问、所泄露的秘密信息在泄露之前已为公众所知和经合同各方事先书面同意披露的除外。任何一方违反本条规定的，应全额赔偿另一方因此遭受的全部直接和间接损失。

11.3 不论本合同，因何种原因终止或解除，本合同下保密义务都不随本合同终止而终止，双方应继续履行保密义务直至该保密信息进入公众领域为止。

第十二条 不可抗力

12.1 本合同约定的不可抗力指甲乙双方任何一方在签订本合同时不可以预见的、遭受影响的一方不能克服和不能避免的，并对本合同的履行产生影响的事件，包括但不限于以下事件：（1）战争、敌对行动（不论是否宣战）、入侵、外敌行动（不论是否宣战）、入侵；（2）叛乱、恐怖主义、革命、暴动、军事政变或篡夺政权或内战；（3）战争军火、爆炸物资、电离辐射或放射性污染。（4）自然灾害，如地震、飓风或火山活动等。

12.2 任何一方遭受不可抗力时应及时通知另一方，解释其需要提出发生不可抗力的理由，并且应在其后 15 天内对该不可抗力事件的发生及其持续时间提供适当证明。

12.3 声称遭受不可抗力而不履行合同义务的一方应采取适当措施减少或排除不可抗力所造成的影响，并在尽可能的最短时间内，尽力恢复履行受到不可抗力影响的合同义务。任何不可抗力事件导致的延迟超过连续 30 天的话，合同各方应通过友好协商的方式解决合同未来履行的事宜，或任何一方可以以通知的方式送到另一方终止本合同。

第十三条 合同终止

13.1 本合同有效期内，除出现下述情形外，任何一方未经对方书面同意，不得

擅自终止本合同：

(1) 因不可抗力事件，无法继续履行本合同的，双方均可提出解除本合同；

(2) 一方违反合同有关条款，经守约方书面通知后十五日内仍未纠正的，守约方可以单方解除本合同，解除通知自到达违约方之时本合同即解除，同时，违约方需赔偿因此给守约方造成的一切损失并支付违约金。

13.2 一方根据本合同规定解除合同，并不表明放弃向违约方追索违约金和赔偿金之权利。

第十四条 违约责任

14.1 除不可抗力因素外，一方如违反本合同之约定，守约方有权要求违约方在规定时间内予以改正。违约方在收到守约方要求纠正其违约行为的书面通知之日起，应立即停止其违约行为，违约方未于合理期限内改正的，其性质构成根本违约，守约方有权解除合同并要求违约方赔偿因此产生的一切损失。

14.2 乙方未按本合同约定支付任一期授权使用费的，每逾期一日，乙方应按应付未付款总额的万分之一向甲方支付日违约金，逾期满十五日的，甲方可书面单方解除本合同，并要求乙方支付相当于合同金额 30% 的违约金。

14.3 因一方违约给对方造成损失的，违约方应赔偿给对方造成的损失。本合同所指“损失”范围包括但不限于守约方在合同正常履行后可以获得的利益、客户提出的赔偿、第三方违约金、赔偿金、为维权而支付的法院案件受理费、担保费、保全费、律师费、差旅费、公证费、评估拍卖费等合理费用。

14.4 鉴于盗版侵权是本行业的常见问题，双方承诺相互配合采取合理措施努力控制这一现象，甲乙双方应积极配合开展打击盗版活动。

14.5 本合同其他条款有关于违约责任之规定的，从其规定。

第十五条 通知与送达

15.1 根据本合同需要发出的全部通知及文件均采用书面形式（书面形式包含但不限于电子邮件、微信，具体联系方式见本合同约定的甲乙双方联系人）；上述联系方式（含联系地址）可作为有效司法送达地址。

15.2 本合同当事人中任一方的联络方式发生变更，均应及时通知合同另一方。若因当事人一方通知迟延出现严重后果并造成对方损失的，当事人应当承担相应的赔偿责任。

第十六条 争议解决

16.1 本合同双方因本合同的订立、效力、履行和解释等发生的任何争议，应友好协商解决。不能协商解决的，应向甲方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼。

16.2 本合同的解释以及纠纷解决适用中华人民共和国现行法律法规（为本合同之目的，不包括冲突法规则）。

第十七条 税费

除本合同另有约定外，中华人民共和国政府根据其现行税法向各方征收的有关执行本合同的一切税费，由各方自行承担。

第十八条 附则

18.1 本合同到期前一个月，双方可共同协商是否续展本合同。

18.2 本合同一式肆份，甲方贰份、乙方贰份，均具有同等法律效力。

18.3 本合同自各方加盖公章/合同专用章后成立并生效。

18.4 本合同书面形式包括合同书、邮箱、信件、电报、电传、传真等可以有形地表现所载内容的形式。

18.5 本合同未尽事宜，经甲、乙双方协商一致，可订立补充协议，补充协议与本

合同具有同等效力。若补充协议条款与本合同不一致或发生冲突时，应当以补充协议为准，但本合同明示不得变更的条款除外。

18.6 本合同附件作为本合同不可分割的一部分，与本合同具有同等法律效力。

附件一：《授权证书》

附件二：《授权标的使用规范》

附件三：《监修管理规定》

附件四：《甲方授权资格证书》

附件五：《报价单》

(本行以下无正文)

[本页为签署页，无正文]

甲方（盖章）：杭州鲜活万物文化科技有限公司

法定代表人/授权代表（签字）：



乙方（盖章）：杭州元浪文化科技有限公司

法定代表人/授权代表（签字）：



签署日期：2026年5月25日

签署地点：浙江省杭州市余杭区

附件一：《授权证书》

授权证书

兹授权【杭州元浪文化科技有限公司】（以下简称“被授权方”）为【比亚迪方程豹X珠峰文旅】联名合作项目（下称“本项目”）的跨界联名合作方。被授权方经授权单位审核通过后，有权在本项目范围内使用【珠峰文旅】IP的名称、logo及授权素材。

授权期限共计【4】个月，预计自【2026】年【6】月【1】日起至【2026】年【9】月【30】日止，实际授权期限自首个传播物料、产品上线或对外宣发之日（以下简称“起算触发日”）起算，但起算触发日最晚不得超过【2026年6月30日】。具体规则如下：

- （1）若起算触发日在2026年6月30日及以前，则授权期限自该实际发生日起算；
- （2）若起算触发日晚于2026年6月30日，则授权期限自2026年6月30日起算。
- （3）授权期限届满日为按上述规则确定的起算日后的第4个月对应日（如无对应日，则为该月最后一日）。

（4）前述预计起止日期仅为预估，实际授权起止日以本条约定的起算规则为准。

授权权限：普通许可，被授权方有权在《比亚迪方程豹X珠峰文旅授权合作合同》授权范围内，再转许可【网易传媒科技（北京）有限公司】、【深圳方程豹汽车销售有限公司】在本项目中使用授权标的。

授权区域：中华人民共和国境内（港澳台地区除外）

特此授权！

授权单位（盖章）：杭州鲜活万物文化科技有限公司

授权日期：2026年6月7日



附件二：《授权标的使用规范》

授权标的使用规范

乙方及乙方客户在开发、设计、生产、销售联名产品或制作联名产品宣传物料或对联名产品进行宣传、推广、运营而使用本合同约定授权标的时，应当符合本规范。

一、通用性使用规范

1.1 禁止包含中华人民共和国法律、规章制度、地方性法规和行政主管部门通知/政策禁止的内容。

1.2 禁止以任意形式涉及任何敏感话题，包括但不限于政治、军事、封建迷信、宗教信仰、血腥暴力、少儿不宜、低俗色情、个人享乐主义等可能产生不良社会影响或可能对甲方及授权 IP 方产生负面影响的话题。

1.3 禁止涉及谐音梗、低俗梗、恶搞梗等负面的互联网用语。

1.4 禁止涉及侵犯第三方知识产权、名誉权等他方合法权益的内容。

1.5 应当坚持正确的政治导向、审美导向，树立并传播积极向上的价值观，维护甲方及授权 IP 方的良好形象。

1.6 应当正确、规范使用成语、词语、俗语、标点符号等，行文应符合基础语言逻辑，不得出现病句、错句等。

1.7 跨界联名产品原则上使用的名称为：【珠峰文旅】&【跨界品牌商名称】、【珠峰文旅】×【跨界品牌商名称】。

1.8 宣传物料中使用图片必须注明出处或作者，若使用文物图片，需在图片下角注明“【馆方名称】馆藏文物【文物名称】”。

1.9 乙方及乙方客户或乙方及乙方客户的关联方或乙方及乙方客户委托的第三方在开发、设计、生产、销售联名产品或制作联名产品宣传物料或对联名产品进行宣传、推广、运营而使用本合同约定授权标的时，应当按照本合同约定及《监修管理规定》执行。

二、责任承担

2.1 乙方及乙方客户或乙方及乙方客户的关联方或乙方及乙方客户委托的第三方出现违反本规范行为的，在甲方通知后应当无条件立即改正，包括但不限于下架相关产品、撤销或删除相关内容、发布澄清/致歉声明等。因乙方及乙方客户或乙方及乙方客户的关联方或乙方及乙方客户委托的第三方违反本规范而导致的一切后果由乙方及乙方客户负责承担，因此给甲方造成损失的，乙方及乙方客户还应承担相应的赔偿责任。

2.2 未经甲方审核，乙方及乙方客户或乙方及乙方客户的关联方或乙方及乙方客户委托的第三方即上架相关产品、发布相关内容的，同样视为违反本规范，因此所导致的一切后果由乙方及乙方客户负责承担，因此给甲方造成损失的，乙方及乙方客户还应承担相应的赔偿责任。

三、其他

3.1 本规范所有内容会根据甲方及版权方的相关政策做适时的补充或调整。

3.2 本规范最终解释权归甲方所有。

附件三：《监修管理规定》

监修管理流程规定

在履行本合同过程中，乙方及乙方客户应当将关于联名活动或联名产品的开发计划、设计文件、样品及相关的宣传物料或其他和联名活动有关的需上市或对外公布的产品或文件按照本规定提交至甲方审核。前述产品或文件，只有经甲方审核通过后，乙方及乙方客户方可上市或对外公布。

一、联名活动开发监修流程

1.1 乙方及乙方客户收到甲方提供的授权素材后，应向甲方提交联名活动的开展计划用以监修备案，开展计划经甲方书面确认后乙方及乙方客户方可执行。

1.2 活动确认：甲方向乙方及乙方客户提供授权标的之日起 10 个工作日内，乙方及乙方客户应向甲方提供活动计划书，该活动计划书应当包含活动名称、活动时间、活动地址、活动内容以及甲方协助事项。

甲方在收到乙方及乙方客户提供的活动计划书之日起 10 个工作日内通过电子邮件对活动计划书上的内容给出反馈意见，活动计划书经甲方书面确认同意后，方可执行。

二、联名产品开发生产监修流程

乙方及乙方客户在联名活动中如需开发联名产品的，应当按照如下流程提交审核：

2.1 乙方及乙方客户收到甲方提供的授权素材后，应向甲方提交联名产品的开发计划用以监修备案，开发计划经甲方书面确认后乙方及乙方客户方可进行联名产品的生产。

2.2 产品开发确认：甲方向乙方及乙方客户提供授权素材之日起 10 个工作日内，乙方及乙方客户应向甲方提供第一批产品清单，该产品清单应包含产品名称、材质、规格、颜色、图片、编号、生产周期（包括产品设计周期、打样周期、制作周期等）、预计生产数量、产品包装等。在每月 10 日之前，乙方及乙方客户应更新当月上线产品清单，包括新上线产品、下架产品等情况。

甲方在收到乙方及乙方客户提供的产品清单之日起 10 个工作日内通过电子邮件对产品清单上的内容给出反馈意见，产品清单经甲方书面确认同意后，方可进行产品设计。

2.3 设计周期：乙方及乙方客户应将设计文件（包括产品本体、产品包装、产品标签以及产品快递包装等）提交给甲方审核，甲方需在收到乙方及乙方客户设计稿源文件之日起 10 个工作日内给予设计反馈。乙方及乙方客户在获得甲方反馈后，应根据反馈

意见对设计稿进行修改,并于收到甲方反馈之日起3个工作日之内将修改后的设计稿反馈给甲方,经甲方书面确认后方可进入打样周期。

2.4 打样周期:乙方及乙方客户根据产品打样周期的长短,依照时间顺序,向甲方及时提供试生产样品(试生产样品指首次生产制造过程中的产品,样品应包含完整的外包装,每次每款样品SKU提供2件样品)及该样品的合格证明/执行标准等有关产品质量资质证明文件,甲方需在收到乙方及乙方客户样品之日起10个工作日内进行确认。经甲方最终书面确认后方可生产制作、出大货。未经甲方同意的产品不可生产,如被发现,乙方及乙方客户除应立即下架外,还应承担包括但不限于消除不利影响、恢复名誉、赔偿损失在内的一切责任。甲方给予的任何试生产批准将不会构成或暗示甲方声明或确信:此类材料符合相关法律法规、行业标准或其他义务的要求。

2.5 成品确认:乙方及乙方客户制作完成之后,须将联名产品的成品交由甲方审核并提供本次上架商品清单(含产品名称及产品生产数量)。如不能如期生产的,须第一时间反馈给甲方并说明情况,因此造成的一切经济损失由乙方及乙方客户自行承担。甲方在收到成品之日起10个工作日内对上架内容进行书面确认后,乙方及乙方客户方可发放或使用。乙方及乙方客户应保证提供的成品与前期甲方确认的样品一致。乙方及乙方客户须向甲方免费提供每一联名产品不少于5套成品,用于甲方存档。

三、联名活动宣传物料监修流程

宣传物料:乙方及乙方客户在宣传、推广、运营等一切行为之前所需的所有物料(包括但不限于文字、图片、视频等)必须在线上或发布之日提前5个工作日提交甲方审核,经甲方书面确认定稿后才可上线。如未经甲方审核同意私自上线或发布,乙方及乙方客户除应立即停止此宣传、推广、运营等一切行为外,还应承担包括但不限于消除不利影响、恢复名誉、赔偿损失(包括第三方违约金、名誉损失、律师费、诉讼费、维权费用等)在内的一切责任。

四、监修范围

甲方监修范围仅限于本合同约定的该作品及相关形象、素材的合理使用,而联名活动、联名产品及宣传物品的内容与形式的合法性由乙方及乙方客户负责并承担一切法律责任,甲方就联名活动、联名产品及宣传物品的合法性不承担任何审查义务,如因此给甲方造成损失的,甲方有权要求乙方及乙方客户赔偿。

五、二次监修

5.1 若有二次监修，按上述程序重新申请。若监修后乙方及乙方客户就产品设计、开发计划等有所改动，应重新提请监修，且以最后甲方书面监修通过的规格为准。

5.2 在合同期内，乙方及乙方客户若需要追加产量或开发新品类，应向甲方提交书面申请，得到甲方书面同意后，方可投入生产或开发。

六、送审方式

本合同项下乙方及乙方客户需送审的各类计划、方案及文件（以下统称为“送审资料”），应当通过电子邮件的方式发送至甲方联系人的邮箱；因乙方及乙方客户未通过上述途径送审而导致的风险（包括但不限于甲方未能或未能及时查收送审资料而导致乙方及乙方客户活动延期举办等），责任由乙方及乙方客户自行承担。

七、审核期限

乙方及乙方客户同意，应当严格按照本合同约定的期限提交送审资料并为甲方留出充足的监修时间（无特殊情况，甲方的监修时间为自收到送审资料之日起10个工作日内），不得逾期提交或要求甲方提前反馈；否则因此导致乙方及乙方客户活动延期举办或其他风险，责任由乙方及乙方客户自行承担。乙方及乙方客户需甲方加急审核的，应当至少提前3个工作日向甲方说明。

八、禁止变更

乙方及乙方客户同意，一旦经甲方确认过的送审资料，乙方及乙方客户不得随意增加、删减、更改内容；否则因此导致一切后果由乙方及乙方客户承担，因此给甲方造成损失的，乙方及乙方客户还应承担相应的赔偿责任。

九、其他

9.1 本规定所有内容会根据甲方及授权IP方的相关政策做适时的补充或调整。

9.2 本规定最终解释权归甲方所有。

附件四：《甲方授权资格证书》



“珠峰文旅”合作资源包

Part1 授权费用

“珠峰文旅”Logo及元素使用授权

费用授权

10万(含税)

授权时间

1年

Part2 授权权益

相关内容	描述	包含Y/N	备注
品牌/授权权益范围 (可用于)	线上、线下联动物料的相关设计、制作及应用	Y	
	周边产品相关设计、生产(礼品)	Y	△不可用于销售渠道, 数量限5款以内
	品牌官方网站	Y	
	品牌自有平台	Y	
	品牌官方账号(微博、微信)	Y	
	品牌官方账号(抖音、快手、小红书等)	Y	不额外收取短视频平台授权费
	广告素材(图片/视频)	Y	
	KOL内容(图文/视频)	Y	
	线上传播渠道	Y	
	电商(图文/视频)	Y	不额外收取电商授权费
	H5/小程序/APP/AR等开发	Y	
	第三方传播	Y	只可转载已发布的品牌“珠峰文旅”内容
	品牌官方门店/自营门店内宣传物料	Y	
线下传播渠道	第三方渠道	Y	只可铺设品牌“珠峰文旅”相关物料
	品牌线下活动(公关/路演/快闪店等)	Y	
授权销售地区	中国大陆地区	Y	
	港澳台地区		需另外协商
	海外地区		需另外协商

Part3 内容支持

相关内容	描述	费用(元)	包含Y/N	备注
图库支持	用于联名创作的二创图库素材			不额外收取费用
相关内容	可直接使用的珠峰高清图影图		Y	
	可直接使用的二次创作图库		Y	
	专属图库定制开发		-	另行协商, 2-20W
	协助品牌方筛选主题		Y	
学术支持	“珠峰文旅”相关知识普及		Y	
	审核把关		Y	

Part4 专家支持

相关内容	描述	包含Y/N	备注
专家背书	珠峰学者/专家参与品牌互动		
参与形式	参与联名活动相关视频拍摄(10-15s)	Y	(具体专家人选需根据时间档期另行确认, 拍摄脚本需提前给到版权方确认)
	大众媒体(电视、报纸、户外、新闻媒体等)	-	
专家内容再传播	专家肖像授权	-	需另外协商, 需要明确落到平台, 发布账号, 且需要发布前审核。
	不可用于电商/线下销售渠道	N	不可用于销售渠道

Part5 营销矩阵

相关内容	描述	包含Y/N	备注
IP自有营销矩阵	珠峰文旅集团(抖音)	Y	
	珠峰文旅之旅(小红书)	Y	
	珠峰文旅(微博)	Y	
	珠峰文旅集团微信公众号	Y	
	珠峰文旅西藏日喀则国际旅微信公众号	Y	可协调至少10家(含本数)新媒体账号配合发布与本项目联名活动相关视频, 每个账号发布一条, 宣发内容需提前送审, 暂定发布账号见左列清单, 最终名单会根据视频内容及账号实际情况进行调整
	日喀则融媒微信公众号	Y	
	云端珠峰微信公众号	Y	
	文旅日喀则微信公众号	Y	
	喜卡孜文化微信公众号	Y	
	西藏嘉格孜旅游车辆公司微信公众号	Y	
Hi遇见珠峰微信公众号	Y		



CONTINUED