

105A20260100064



【深圳电信】&【敦煌美术研究所】IP 授权合作合同

合同编号：

甲方（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

NETEASE

乙方（被授权方）：网易传媒科技（北京）有限公司

统一社会信用代码：91110108055560355H

联系人：张楠

联系电话：13521573835

电子邮箱：zhangnan27@corp.netease.com

地址：北京市海淀区西北旺东路 10 号院中关村软件园二期西区 7 号

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【敦煌美术研究所】标识、衍生产品/服务、经营资源之授权运营方，有权负责【敦煌美术研究所】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，希望为乙方及乙方客户【中国电信股份有限公司深圳分公司】（下称“乙方客户”）获得【敦煌美术研究所】IP 及其相关素材的合法授权，并开展合作。

根据《中华人民共和国民法典》等相关法律法规的规定，甲乙双方经友好协商，就【深圳电信 X 敦煌美术研究所】联名产品授权开发相关事宜达成一致，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 **授权 IP**：指甲方根据本合同，许可乙方使用的【敦煌美术研究所】IP。

1.2 **授权标的**：指本合同项下甲方许可乙方使用的授权内容，具体包括授权 IP 的商标、名称及授权素材的使用权。

1.3 **授权素材**：指本合同项下甲方许可乙方使用的与授权 IP 相关的图库、设计元素、文字资料、录音录像资料等相关素材。

1.4 **联名产品**：指本合同项下甲乙双方或乙方单方通过使用授权标的开发并以“深圳电信 X 敦煌美术研究所”的联合名义进行标识的产品，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。

1.5 **授权标的使用规范**：指甲方以书面形式向乙方出具的关于乙方使用本合同项下授权标的的要求、规范和指引；甲方可随时更新修改该规范，并及时向乙方提供最新版本，乙方同意按照更新后的规范执行相关授权使用行为。

1.6 **品牌合作规范手册**：指甲方以书面形式向乙方出具关于乙方将有送审要求的产品及文件提交至甲方处审核的流程、要求和规定；甲方可随时更新修改该规定，并及时向乙方提供最新版本，乙方同意按照更新后的规定执行相关监修流程及送审规定。

第二条 合作内容及授权标的

2.1 甲乙双方协商一致，同意乙方在本合同约定范围内，使用甲方基于本合同许可乙方使用的授权标的的开发、制作、生产、销售【深圳电信 X 敦煌美术研究所】系列联名产品。

2.2 授权标的

2.2.1 **商标、名称使用权**：乙方可将授权 IP 的商标、名称用于联名产品本身的说明书及内外包装、与联名产品相关的推广、宣传活动等。



- 2.2.2 授权素材使用权：乙方可运用授权 IP 的授权素材，应用于联名产品本身的说明书及内外包装、与联名产品相关的推广、宣传活动等。
- 2.2.3 本合同项下授权素材以甲方书面提供或本合同附件提供的为准。

第三条 许可内容

- 3.1 敦煌美术研究所 IP 授权、敦煌美术研究所「马踏新春 敦煌呈祥」主题图库授权（六马主形象、六马跃新程主海报、配饰花纹、字体）；
- 3.2 敦煌美术研究所 LOGO 品牌联合露出，图库二创权益（美研所可监修审核）；
- 3.3 由乙方和乙方客户二创意设计 IP 和图库线上创作物料，包括：微信红包封面、手机壁纸、表情包、AIGC 海报和视频等；
- 3.4 由乙方和乙方客户二创意设计制作 IP 和图库线下物料美陈及品牌周边，包括：门店墙贴、易拉宝、横幅，红包、新春窗贴、手机壳等，品牌周边仅限量赠送，非售卖；
- 3.4 敦煌美术研究所官方账号官宣合作一次（微博、公众号、小红书三选一）。
- 3.5 以上所有内容需经由甲方邮件审核确认后方可上线。

第四条 授权性质、授权期限及授权区域

- 4.1 授权性质：普通许可（不含转授权）。但基于本次联名活动的开展需要，乙方有权按照本合同之条款与条件将授权标的许可至乙方客户使用，不视为乙方违反该授权性质的规定。但是，乙方应当确保乙方客户做出的许可，应同等要求乙方客户按照本合同项下乙方应当遵守的约定或乙方应当履行的义务执行，否则视为乙方违约，甲方有权要求乙方承担违约责任。
- 4.2 未经甲方书面同意，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。

4.3 授权期限



4.3.1 本合同授权期限共计【3】个月，自【2026】年【1】月【25】日起至【2026】年【4】月【25】日止：

4.3.2 本合同终止后，乙方及其关联公司、旗下门店等均不得再以任何方式继续使用授权标的从事任何行为，不得生产、销售使用授权标的的产品、包装、标签、宣传品，不得进行与授权标的直接、间接相关的再设计、再创造，不得以授权标的或任何易于与授权标的产生混淆的类似标的的名义宣传或销售任何产品或进行其他活动，同时，乙方及乙方客户应当将已发布、使用的涉及授权标的(含二次创作素材)的内容、物料(包括但不限于红包封面、表情包等)全部下架并停止传播，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。

4.4 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。)

第五条 监修管理

5.1 在履行本合同过程中，乙方应当将关于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产品有关的需上市或对外公布的产品或文件按照《品牌合作规范手册》(详情见本合同附件四)提交至甲方审核，经甲方审核通过后的前述产品或文件，乙方方可上市或对外公布。

5.2 若未经甲方审核通过，乙方擅自对外公布前述文件或上架前述产品的，视为乙方严重违约，甲方有权单方面解除本合同并要求乙方承担相应的违约责任、赔偿甲方因此遭受的一切损失。

5.3 因乙方未遵守《品牌合作规范手册》所导致的一切后果，由乙方自行承担。

第六条 授权使用费

6.1 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(以下简称授权费，含税)，按照如下第(1)种方式计算：

(1) 授权使用费



本合同总费用为人民币【200,000】元(含税,大写:人民币【贰拾万】元整),其
体明细详见本合同附件五《报价单》;其中不含税金额为人民币【188,679.25】元,对
应纳税金为人民币【11,320.75】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。

定金支付:甲方应于本合同签署后【5】个工作日内,向乙方开具与定金等额的合
法有效增值税专用发票。乙方应在收到符合要求的定金发票后【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授权使用费的【30%】,即人民币【60,000】元
(大写:人民币【陆万】元整)。

(2)尾款支付:甲方已完成本合同第三条约定的授权内容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【30】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
授权使用费的【70%】,即人民币【140,000】元(大写:人民币【壹拾肆万】元整)。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】。

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
名产品是否生产和/或销售完毕,或本合同是否提前终止)而受影响或退还,但因甲方
原因或不可抗力原因导致本合同无法继续履行的除外。

6.2 甲方指定收款账户:

公司名称:杭州元浪文化科技有限公司

开户银行:中国工商银行杭州转塘支行

银行账号:1202224309900033933

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。

6.3 乙方开票信息

公司名称:网易传媒科技(北京)有限公司



纳税人识别号：91110108055560355H

注册地址：北京市海淀区西北旺东路10号院中关村软件园西区7号楼A座5层

注册电话：010-82558365

开户银行：建行北京建国门外大街支行

银行账号：11001079000053005081

甲方应当在乙方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。

NETEASE

第七条 甲方的权利义务

7.1 甲方保证本合同项目下对乙方的授权均为合法有效；许可乙方使用的授权素材不含有法律、法规禁止的内容，不侵犯任何第三方权益。甲方违反上述保证的且不能及时补正，造成乙方损失的，甲方应承担相应法律责任，并赔偿乙方因此遭受的直接经济损失，同时乙方有权单方面解除本合同。

7.2 甲方负责向乙方提供授权内容的有关资料、素材，包括授权内容的文字、图案、相关文件等，并提供其具备合法资质真实有效的证明文件。

7.3 甲方有权根据本合同约定对乙方联名产品的设计、生产、销售、宣传等内容进行审核，如乙方就联名产品的设计、生产、销售、宣传等内容未按照合同约定得到甲方的审核通过，则不得对该联名产品进行宣传物料线上和线下渠道的上线或上架销售。乙方联名产品的设计、生产、销售、宣传等内容，如有涉及任何第三方版权或其他合法权益的，全部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，如因此给甲方造成损失的，甲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。

7.4 如甲方认为乙方提供的任一阶段的工作成果不符合甲方要求（包括但不限于禁止使用低俗语言、产品描述出现重大错误、产品不符合品牌调性等甲方认为有必要强调的要求），甲方有权要求乙方修改直至甲方通过验收为止，甲方也有权要求乙方停止该品类的生产或更换品类生产（更换品类应经甲方书面审核并确认），如乙方拒绝接受甲方意见，导致给甲方造成的损失，要求乙方进行赔偿。



第八条 乙方的权利义务

8.1 乙方须根据甲方需求提供其具备合法资质真实有效的证明文件，并严格按照本合同所列明的授权使用范围及相关约定进行产品的设计、生产、销售、宣传等一系列事宜。

8.2 乙方不得超越本合同授权许可的范围、地域、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。

8.3 乙方根据甲方授权进行产品开发时所进行的包括但不限于一切联名产品的设计、生产、销售、联合开发、宣传、推广、运营等行为或事项，均应按照本合同约定事先履行对甲方的告知和申请审核义务。

8.4 乙方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，乙方应承担损失赔偿责任，同时甲方可单方面终止本合同。

8.5 乙方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，因乙方原因造成产品的质量问题的由乙方自行承担，甲方不负任何法律责任，如因此给甲方造成损失的，乙方应予以赔偿。

8.6 因乙方在本合同约定外的需求而产生的额外费用，应当由乙方另行承担，双方应当在确认后另行签订补充协议以明确。

8.7 在未经甲方授权许可的情况下，乙方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。

8.8 乙方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【敦煌美术研究所】之品牌形象。否则，由此所造成的一切损失由乙方自行承担。



担。

8.9 乙方在开发、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、运营时，应当符合本合同附件二：《授权标的使用规范》的规定。乙方违反上述约定的，甲方有权要求乙方立即改正；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。

NETEASE

第九条 知识产权

9.1 本合同项下授权标的所有权、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宣传推广联名产品以外的其他任何用途。

9.2 联名产品的设计生产、宣传推广、运营销售中如需设计、开发、使用、再创作与甲方授权素材近似、类似、变形或再创作产生的图形及文字，不管用于何种用途，须事先报甲方书面同意，乙方基于本合同所设计、开发的新成果的知识产权归甲乙双方共同所有。

9.3 无论本合同是否期满，乙方不得以任何形式以授权素材或将授权素材拆分进行商标注册登记。

第十条 保密

10.1 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。

10.2 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。

10.3 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。

第十一条 不可抗力

11.1 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。

11.2 甲乙双方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。

11.3 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。

第十二条 合同终止

12.1 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。

12.2 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。

12.3 合同解除后，乙方不得再行使本合同之权利，如有乙方在本合同解除前已生产的联名产品，且乙方在合同解除前已向甲方提交报告备案使得甲方知悉该等产品的数量的，乙方有权继续生产及销售该产品直至销售完毕，但不得进行再次开发、设计、生产；在此情形下，甲方有权就前述生产及销售行为要求乙方履行本合同项下对应义务。

12.4 在本合同到期终止时，未销售完毕的产品乙方在与甲方协商一致后方可有权继续销售直至销售完毕；在此情形下，甲方有权就前述销售行为要求乙方履行本合同项下对应义务。

第十三条 违约责任

13.1 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。

13.2 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。

13.3 甲方未获得授权标的原权利方充分有效授权而签署本合同，导致乙方或品牌方因使用授权标的内容被其他第三方主张权利的，除甲方负责与第三方交涉并承担一切责任外，甲方还应确保第三方的侵权指控不影响乙方或品牌方按照本协议约定正常使用授权标的及素材，否则乙方可书面单方解除本合同，并要求甲方支付相当于合同金额 30% 的违约金。

13.4 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。

13.5 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。

13.6 本合同其他条款有关于违约责任之规定的，从其规定。

NETEASE

第十四条 通知与送达

14.1 根据本合同需要发出的全部通知及文件均采用书面形式（书面形式包括但不限于电子邮件、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。

14.2 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。

第十五条 争议解决

15.1 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，应向原告所在地有管辖权的人民法院提起诉讼。

15.2 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）。

第十六条 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。



第十七条 附则

17.1 本合同到期前一个月，双方可共同协商是否续展本合同。

17.2 本合同一式肆份，甲方贰份、乙方贰份，均具有同等法律效力。

17.3 本合同自各方加盖公章/合同专用章后成立并生效。

17.4 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。

17.5 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。

17.6 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》

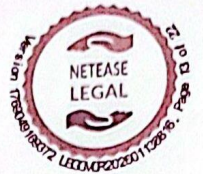
附件三：《品牌合作规范手册》

附件四：《甲方授权资格证书》

附件五：《报价单》

附件六：《商业道德责任书》

(本行以下无正文)



[本页为签署页，无正文]

甲方（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）：



乙方（盖章）：网易传媒科技（北京）有限公司

法定代表人/授权代表（签字）：



签署日期： 年 月 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【网易传媒科技（北京）有限公司】（以下简称“被授权方”）为【深圳电信 2026CNY】项目（以下简称“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【敦煌美术研究所】IP 的名称、商标、logo 及相关素材进行【深圳电信 2026CNY】活动。

授权期限共计【3】个月，自【2026】年【1】月【25】日起至【2026】年【4】月【25】日止。

特此授权！

授权单位（盖章）：

授权日期：2026年1月24日





附件二：《授权标的使用规范》

授权标的使用规范

乙方在开发、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候，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 禁止以任何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、名誉权等其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：【授权 IP 方名称】&【跨界品牌商名称】、【授权 IP 方名称】×【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 乙方或乙方的关联方或乙方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候，应当按照本合同约定及《品牌合作规范手册》执行。

二、责任承担



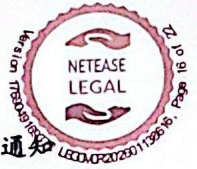
2.1 乙方或乙方的关联方或乙方委托的第三方出现违反本规范行为的，在甲方通知后应当无条件立即改正，包括但不限于下架相关产品、撤销或删除相关内容、发布澄清/致歉声明等。因乙方或乙方的关联方或乙方委托的第三方违反本规范而导致的一切后果由乙方负责承担，因此给甲方造成损失的，乙方还应承担相应的赔偿责任。

2.2 未经甲方审核，乙方或乙方的关联方或乙方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负责承担，因此给甲方造成损失的，乙方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授权 IP 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。



2.1 乙方或乙方的关联方或乙方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。因乙方或乙方的关联方或乙方委托的第三方违反本规范而导致的一切后果由乙方负责承担，因此给甲方造成损失的，乙方还应承担相应的赔偿责任。

2.2 未经甲方审核，乙方或乙方的关联方或乙方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负责承担，因此给甲方造成损失的，乙方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授权 IP 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：《品牌合作规范手册》

（另附页）

NETEASE



目录

产品设计及样品审核流程	A01	图库推荐色彩	C01
审核流程	A02	专家图库(含落款)使用规范	C02
注意事项	A03	专家图库(不含落款)使用规范	C03
审核结果说明	A04	专家图库(单元素)使用规范	C04
品牌基础审核注意事项	B01	专家图库镜像使用规范	C05
线上营销类审核注意事项	B02	二创图库用色规范	D01
线下场景类审核注意事项	B03	二创图库用色规范	D02
IP审核注意事项	B04	二创图库背景使用	D03
		二创图库画面拉伸	D04
		二创图库主体不合理切割	D05
		改变图库线稿颜色	D06

IP 使用规范说明

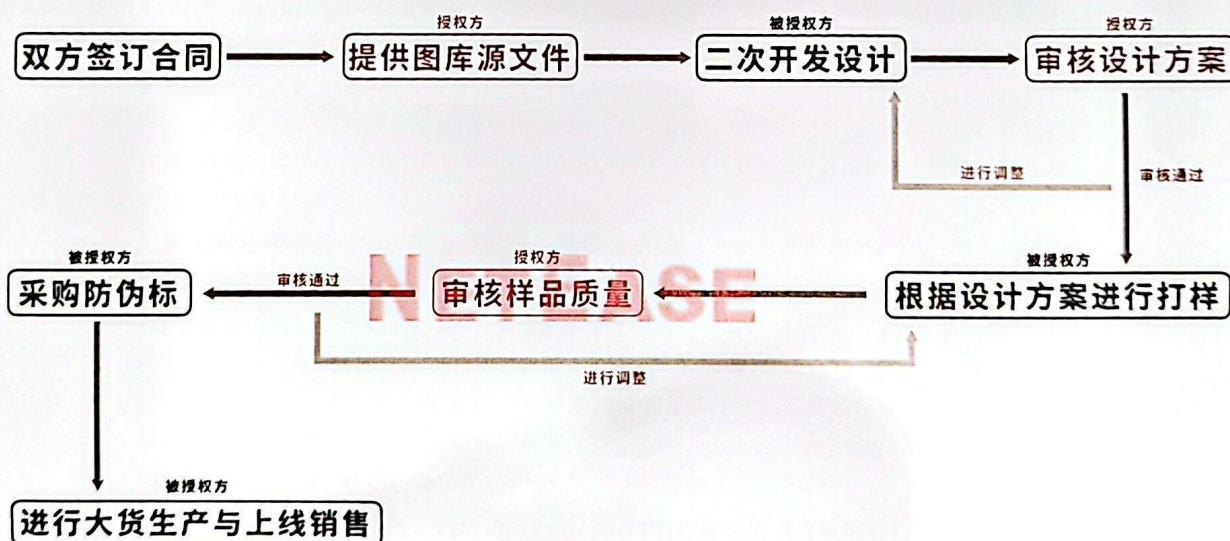
IP USAGE SPECIFICATIONS

AGAIN
ALIVE AGAIN
猎逐

产品设计与样品审核流程



产品设计与样品审核流程





审核流程

1. 被授权方收到授权方提供的素材后, 应向授权方提交IP联名产品的开发计划用以监修备案。

包含不限于产品名称、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、产品单价、产品包装及包装设计、预计上市时间等。

2. 被授权方依照使用规范进行设计, 以邮件形式提交授权方进行审核。

审核邮件内容以pdf附件、zip打包形式提交相关送审素材, 包括但不限于: 产品设计(包括产品本体、产品包装、产品标签以及产品快递包装等)、宣发设计。

3. 设计审核周期通常在3-5个工作日。

被授权方依产品上市计划自行安排送审时间, 如因审核不通过导致产品无法如期上市, 因此造成的一切经济损失由被授权方自行承担。

4. 设计审核结果及监修意见将以邮件形式书面反馈。

具体参见邮件内“品牌设计审核结果反馈函”(以下简称“反馈函”)。

5. 被授权方在获得授权方反馈后, 应根据反馈意见对设计稿进行修改。

并于收到授权方反馈之日起3个工作日之内将修改后的设计稿反馈给授权方, 经授权方书面确认后方可进入打样周期。

6. 被授权方向授权方提供试生产样品。

被授权方根据产品打样周期的长短, 依照时间顺序, 向授权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, 授权方需在收到被授权方样品之日起5个工作日内进行确认。

7. 经授权方最终书面确认后, 方可生产制作、出大货。

未经授权方同意的产品不可生产、销售, 如被发现, 被授权方除应立即下架外, 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。授权方给予的任何试生产批准将不会构成或暗示授权方声明或确信: 此类材料符合相关法律法规、行业标准或其他义务的要求。

8. 被授权方大货制作完成之后, 须将联名产品的成品交由授权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, 须第一时间反馈给授权方并说明情况, 因此造成的一切经济损失由被授权方自行承担。被授权方在收到成品之日起5个工作日内对上架内容进行书面确认后方可上架销售。被授权方应保证提供的成品与前期授权方确认的样品一致。被授权方须向授权方免费提供每一联名产品不少于5套成品, 用于授权方存档。

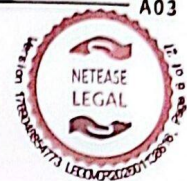
9. 被授权方所有宣发物料在上线前提交授权方审核。

被授权方在宣传、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个工作日提交授权方审核, 经授权方书面确认定稿后方可上线。如未经授权方审核同意私自上线或发布, 被授权方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。

10. 若有二次监修, 按上述程序重新申请。

若监修后被授权方就产品设计、企划书等有所改动, 应重新提请监修, 且以最后授权方书面监修通过的规格为准。





注意事项

1. 若因被授权方未事先留出充足的监修时间而导致被授权方商品及衍生商品延期上市, 责任由被授权方自行承担。
2. 授权方监修范围仅限于IP及相关形象、素材的合理使用, 而产品及宣传物品的内容与形式的合法性由被授权方负责并承担一切法律责任, 授权方就联名产品及宣传物品的合法性不承担任何审查义务。
3. 被授权方联名产品的设计、生产、销售、宣传等内容, 如有涉及任何第三方版权或其它合法权益的, 全部由被授权方自行解决并承担责任, 与授权方无关, 被授权方应保证授权方免责。
4. 未经授权方同意, 不得任意歪曲、篡改和私自改变授权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。
5. 被授权方应当向授权方保证其使用授权方制作内容及或授权内容之行为的合法性、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)或不恰当的广告用语导致任何纠纷和责任时, 被授权方自行处理和承担并保证授权方免责。
6. 在未经授权方授权许可的情况下, 被授权方不得将与版权方提供的任何资料或制作内容及其元素在合同目的之外使用或提供、泄漏、转让给任何第三方。
7. 如授权方认为品牌方提供的任一阶段的工作成果不符合授权方要求(包括但不限于禁止使用低俗语言、产品描述出现重大错误、产品不符合品牌调性等授权方认为有必要强调的要求), 被授权方按照授权方要求调整超过三次授权方仍不满意的, 授权方有权要求被授权方继续修改直至授权方通过验收为止, 授权方也有权要求被授权方停止该品类的生产或更换品类生产(更换品类应经授权方书面审核并确认)。
8. 被授权方要求标准权益以外额外需求(包括但不限于捐赠、使用专家形象等), 需提前告知并给到相关方案, 提交授权方报备审核。

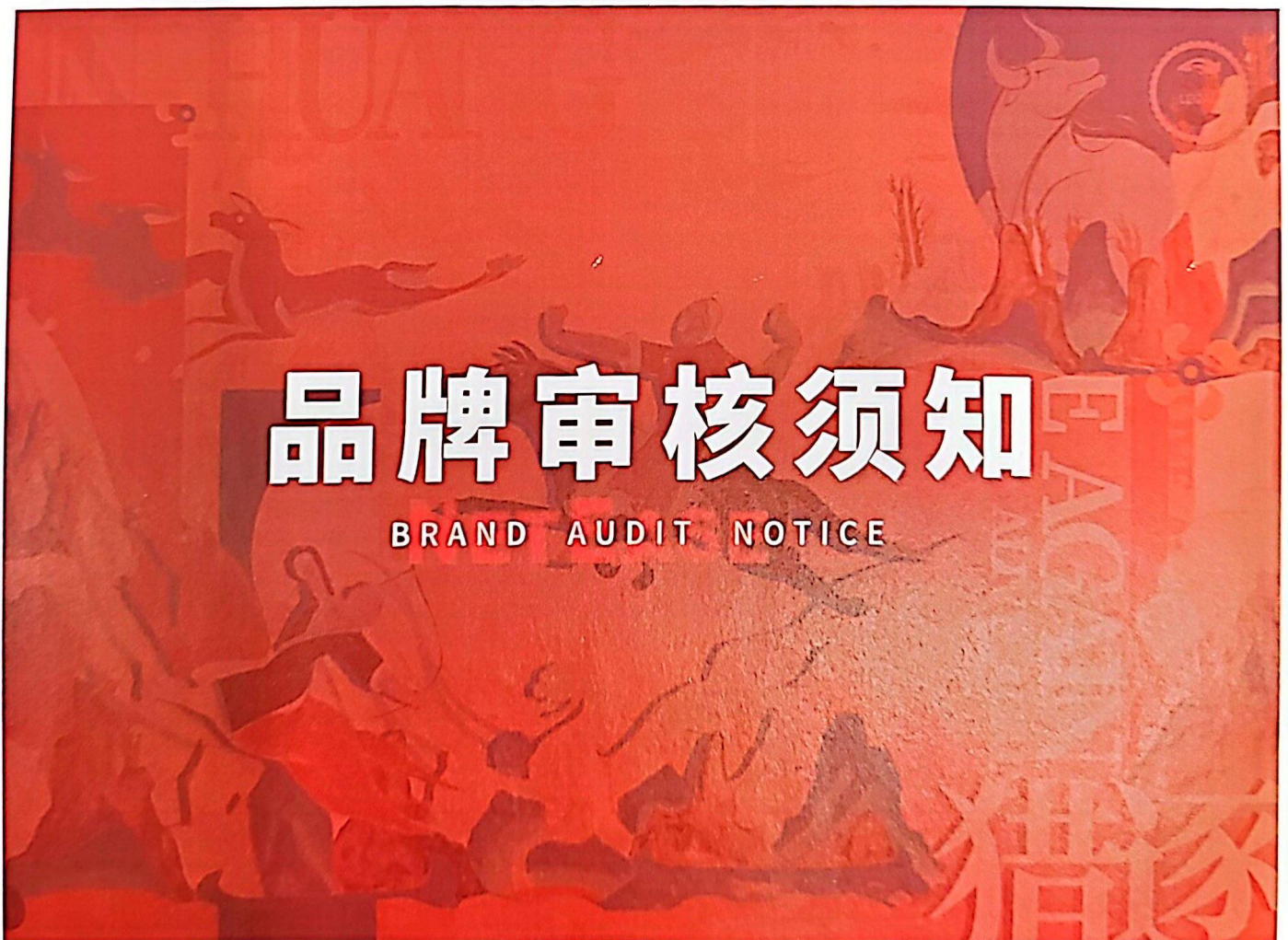


品牌设计审核结果反馈函使用说明

设计审核结果将以书面形式邮件反馈

1. 具体审核结果见反馈函内修改意见，审核未通过情况，请按反馈函内监修意见修改；
2. 审核通过情况，反馈函内无修改意见，三栏审核均为通过，方可推进打样流程。

NETAISE





一、品牌基础审核注意事项

- 1、在产品设计和宣发物料中应树立并传播**正确且积极的价值观**，不得以任意形式涉及任一**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**；
- 2、在产品设计和宣发物料中应规范、正确使用成语、词语、俗语、标点符号等，行文应符合基础语言逻辑，不出现病句、错句；
- 3、如在产品设计和宣发物料中涉及谐音梗，则应以传播正向积极的内容展开创作，不得出现任一敏感内容(敏感内容方向见第1条)；
- 4、在产品设计和宣发物料中不得触及我国法律明令禁止的内容，包括但不限于：《中华人民共和国宪法》及其相关法、《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国文物保护法》、《中华人民共和国非物质文化遗产法》、《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国专利法》、《中华人民共和国著作权法》等；



二、线上营销类审核注意事项

- 1、线上营销类授权合作类型包括但不限于：
 - ①宣发推广海报
 - ②TVC广告
 - ③Banner、开屏、弹窗等推广页面
 - ④直播
 - ⑤电商相关图频
 - ⑥第三方传播内容(含KOL、渠道)
 - ⑦Html5 /小程序/APP/AR等
- 2、线上营销类授权合作的审核范围包括但不限于：
 - ①有IP元素露出的相关视觉设计
 - ②视频脚本方案、拍摄方案
 - ③宣发物料(平面设计、宣传视频、宣传文案)
 - ④配套的礼赠周边
- 3、在线上营销类的授权合作中，相关物料的主KV须露出授权方的LOGO。





三、线下场景类审核注意事项

1、线下场景类授权合作类型包括但不限于：

- ①快闪空间
- ②主题乐园
- ③主题活动(走秀、发布会等)
- ④主题展览

2、线下场景类授权合作的审核范围包括但不限于：

- ①线下场景的搭建方案
- ②有IP元素露出的相关视觉设计
- ③宣发物料(平面设计、宣传视频、宣传文案)
- ④配套的礼赠周边
- ⑤线下场景的实地返图

3、在线下场景类的授权合作中,实景物料的主KV须露出授权方的LOGO,其余实地场景内须有不少于三处的授权方LOGO露出。



四、IP审核注意事项

敦煌美术研究所

1、须规范使用【敦煌美术研究所】全称,不可擅自简称、漏称、错称,必要时可经授权方书面允许后,使用官方简称【敦煌美研所】;

2、在产品设计和、宣发物料中应避免使用"修复壁画"、“敦煌学”的描述,可表述为"再创作临摹"、“敦煌壁画艺术临摹与研究”;

3、如需在宣发中提及敦煌美术研究所所长高山先生,则须在获得高山先生本人授权确认后方可进行,否则仅可使用敦煌美术研究所馆标作为版权背书,对高山先生的描述介绍如下表述:

- ① 再创作临摹敦煌壁画艺术临摹与研究;
- ② 敦煌壁画艺术临摹与研究领军人物。

4、涉及展览、出版物、比赛赛事等时,一般情况下,敦煌美术研究所仅作为【学术支持单位】展示,如需敦煌美术研究所作为主办方、作者等展示时,则须获得敦煌美术研究所书面授权证明。

5、在产品设计和、宣发物料中,应当精准表述“敦煌美术研究所”,不得存在名称、背景表述与其他主体混同行为。

6、不得将授权方提供的授权素材,与其他第三方享有知识产权的“敦煌”系列图库、素材混用。



图库使用规范

GALLERY USAGE SPECIFICATION

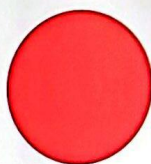
EAGGAIN
ALIVE AGAIN

猎逐

图库推荐色彩



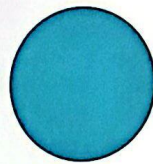
图库推荐色彩：敦煌五色



赤



黑



青



黄



白

NETEASE

原则上敦煌图库不可使用紫色(必要时占比不超过画面5%)



专家图库使用规范

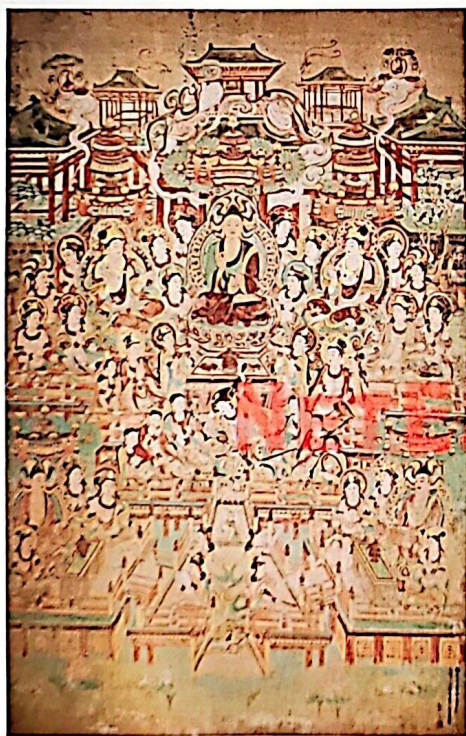
高山
李成
张彦远
彦远

专家图库(含落款)使用规范

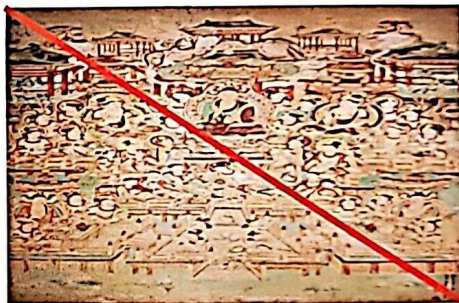
使用编辑专家画作品且含专家落款时,不可做任何改动,必须等比例完整使用



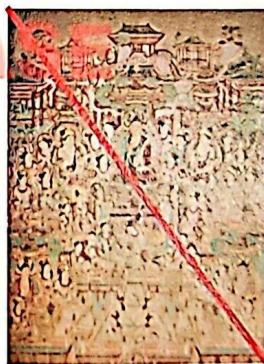
含落款专家画作原画面



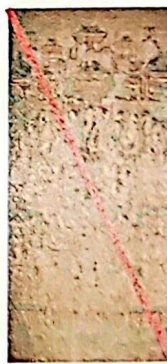
画面纵向拉伸



画面落款缺失



画面横向拉伸



专家图库(不含落款)使用规范

使用编辑专家画作作品但不含专家落款时,仅可根据品牌调性对作品色彩做轻微、少量的改动,其余部分不可改动,但底不限于形态、人物五官



原画面



画面色彩轻微改动



画面缩放



改变画面造型

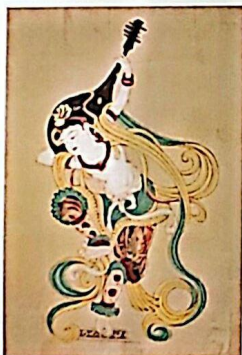


专家图库(单元素)使用规范

使用专家画作作品中的单个元素时,除改元素主体的造型、体态、五官不可变动外,其余部分可根据品牌调性适当调整



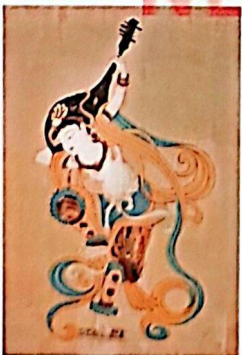
原画面



元素缩放



颜色适当调整

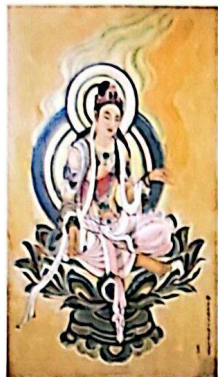


改变原造型



使用专家作品时,佛与菩萨不能上下镜像

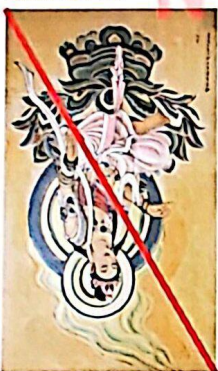
原画面



原画面



画面整体上下镜像



画面整体上下镜像



二创图库使用规范

二创图库用色规范

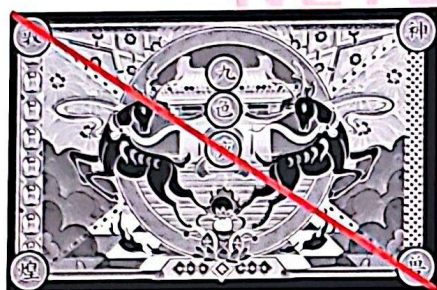


常规情况下,不建议使用单色稿、反相稿,如有特殊情况可在书面申请后使用

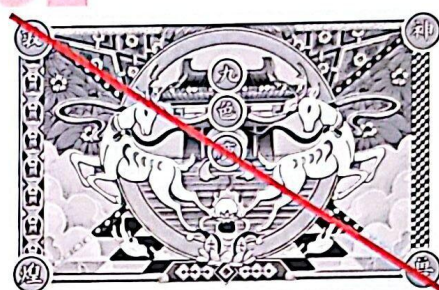
图库原色彩



反相稿



单色稿



二创图库用色规范

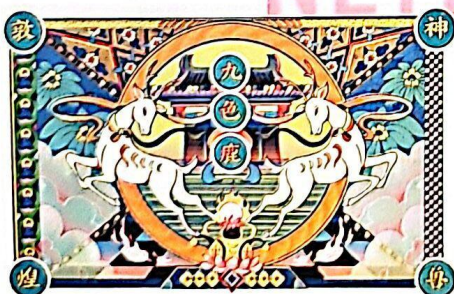


在实际应用过程中,画面色彩可根据品牌调性做出适当调整,但仍须保证整体的色彩和谐度,差异性不能过大

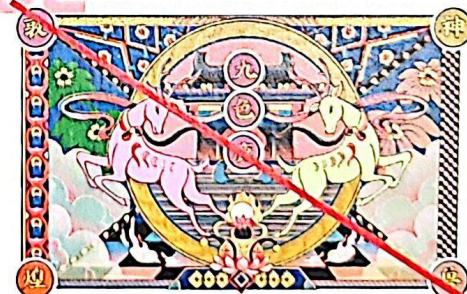
原画面



色彩适当调整,整体和谐



色彩差异过大



敦煌图库在自己色系内不同背景下的正确应用(风格保持一致)



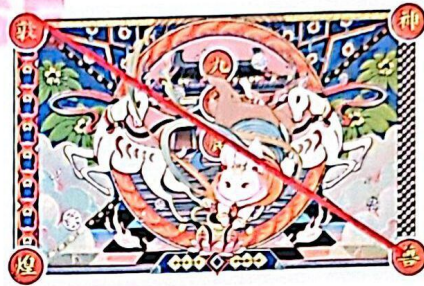
合理应用示例:主体元素替换



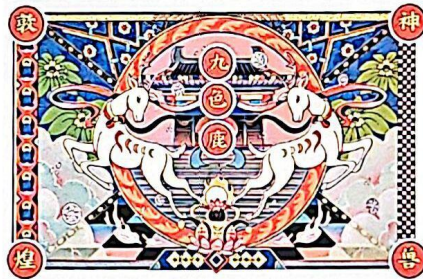
图库搭配不同色系的不正确应用(画面主体元素不清晰)



图库搭配不同背景的不正确应用(画面变形)



敦煌图库原始比例



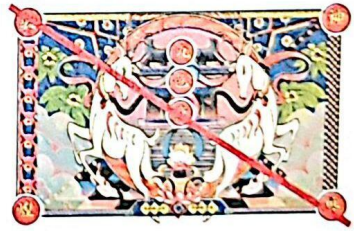
图库画面横向拉伸变形



图库画面纵向拉伸变形



图库画面内部主体拉伸变形



原画面



画面主体应用时不合理的随意切割



画面主体应用时因随意切图产生白边



原画面



勾线容易引起视觉错位





敦煌美术研究所
DUNHUANG ART INSTITUTE

谢谢

NE THANKYOU

杭州鲜活万物品牌管理有限公司



附件四：《甲方授权资格证书》





授权书

本司（杭州鲜活万物品牌管理有限公司）为“敦煌美术研究所”独家运营商，兹授权“杭州元浪文化科技有限公司”（以下简称“被授权方”）为“敦煌美术研究所”商标品牌及图库文物的合法运营商。

经授权方事先审核通过后，被授权方有权在双方签署的授权协议约定范围内，将“敦煌美术研究所”品牌及馆藏文物的商标、logo、图片、文字等素材，授予第三方使用。

授权期限：自 2020 年 4 月 21 日起至 2030 年 4 月 20 日止。

其他授权内容以授权方与被授权方签署的授权协议约定为准。

特此授权！

授权方(公章): 杭州鲜活万物品牌管理有限公司

授权日期: 2020 年 4 月 21 日





授权证书

本公司系【敦煌美术研究所】的独家运营方，兹授权【杭州元浪文化科技有限公司】（下称“被授权方”）为【深圳电信 X 敦煌美术研究所】项目（以下简称“本项目”）的合法服务商。

被授权方经授权单位审核通过后有权在本项目中使用【敦煌美术研究所】IP 的相关图库、设计元素、文字资料、录音录像资料以及名称、注册商标等开展商业化运营活动（包括但不限于产品独立开发使用、联合跨界、销售渠道运营、数字化运营开发等其他运营活动）。

授权期限：自【2026】年【1】月【25】日至【2026】年【4】月【25】日止。

特此授权！

授权单位（盖章）：杭州鲜活万物品牌管理有限公司



授权日期：2026年1月22日



敦煌美术研究所合作资源包

Part1 授权报价

敦煌美术研究所标8元素使用权限

合作模式	营销授权	费用(元) 含税6%	¥200,000.00
合作品类	线上联动物料(微信红包封面、手机壁纸、表情包、AIGC海报和视频等) 线下物料美陈及品牌周边(门店墙贴、易拉宝、横幅、红包、新春窗贴、手机壳等)	授权期限	3个月

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	
	品牌自有平台	品牌官方网站	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(网红、名人、微博之类)内容(图文/视频)	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X敦煌内容
	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	只可摆设品牌X敦煌相关物料	
	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

图库支持	敦煌系列图库	费用(元)	不额外收取费用
相关内容	描述	包含Y/N	备注





可直接使用原创临摹壁画素材	Y	
基于敦煌元素开发的二次图库	Y	「马踏新青 敦煌呈祥」主题图库（六马主形象、六马跃新程主海报、配饰花纹、字体）
协助品牌方筛选主题	Y	
敦煌学相关知识普及	Y	
审核把关	Y	针对此次联动应用于线上、线下的宣传物料设计以及周边产品的相关产品设计都需要IP方审核确认
Part6 IP营销相关内容		
“敦煌美术研究所”四个号：百家、企鹅、搜狐、网易	Y	
“敦煌美术研究所”今日头条、新浪看点、知乎	Y	
“敦煌美术研究所”小红书	Y	
“敦煌美术研究所”微博	Y	
“敦煌美术研究所”抖音号	Y	
“敦煌美术研究所”微信公众号、视频号	Y	
“敦煌美术研究所”快手	Y	
任选一个平台可配合品牌进行一条互动内容，内容需提前报审		
除上述费用，乙方无需就本次合作向甲方额外支付其他任何费用。		

NETEASE





附件六:

商业道德责任书

为保证合法合规、公开公平的交易环境，合作方理解廉洁诚信公平守纪的商业道德是合作方与我司合作的最基本前提，合作方自愿签署本《商业道德责任书》(下称“本责任书”)，本责任书作为合同附件与合同具备同等法律效力。我司及合作方单指为“一方”，合称为“双方”。

I. 定义

1. **我司**: 指网易集团及其关联公司。

2. **合作方**: 指合同相对方及其关联公司。

3. **关联公司**: 就特定公司而言，包括: (1) 直接或者间接控制该公司的主体; (2) 受该公司直接或者间接控制的主体; (3) 与该公司共同被同一第三方控制的主体; (4) 在利益上具有其他关联关系的企业，包括但不限于: 法定代表人或实际控制人为同一人或具有家族、亲属关系; 具有持股超过 5% 的同一股东等。本条所述控制包括通过股权、表决权、协议、实际经营安排等各类方式的控制。

4. **工作人员**: 指为各主体提供服务的任何个人，包括但不限于全职或兼职员工、所有人、股东、管理人员、负责人、董事、代理人或以其他方式代表该主体利益履行职能的人员。

5. **亲属**: 包括但不限于: (1) 三代以内的直系及旁系血亲、拟制血亲、姻亲; (2) 配偶、恋人; (3) 配偶三代以内的直系及旁系血亲、拟制血亲、姻亲; (4) 其他以家庭成员名义共同生活的人员。

6. **政府官员**: 指在以下主体中担任职务、行使公务职能或具有相应身份的人员，包括但不限于现任官员、工作人员、候选人及离退休人员: (1) 政府或政府任何部门、机构或组织; (2) 政府全部或部分所有或控制的公司或企业; (3) 事业单位; (4) 国际公共组织; (5) 政党。

7. **支付或提供**: 指通过任何直接或间接方式兑现或承诺/许诺兑现。

8. **利益**: 指包括但不限于现金、借贷、现金等价物、虚拟资产、财产或财产性利益，以及其他机会、服务、便利、帮助或好处。

9. **利益关联方**: 与工作人员或其亲属存在利益关联的主体。

II. 合作方承诺

1. 合作方及其工作人员不得以任何名义，向我司、我司工作人员、政府官员或前述人员的亲属或利益关联方支付或提供本合同约定以外的任何利益。

2. 合作方工作人员、亲属及利益关联方不是我司工作人员、或其亲属或利益关联方。但合作方事先向我司披露该等关系并获得我司事先书面许可的，不受本款限制。合作方及其工作人员承诺及时向我方披露前述利益关联情况，方式为发送邮件至: staff.dwh@service.netease.com。

3. 合作方向我司提交的工作人员个人信息真实、准确、完整，并确保我司对该等个人信息的收集、存储、使用等行为已获得其本人或有权主体充分、有效的授权。该授权在



双方合作期间持续有效。如因授权瑕疵或其他原因导致任何纠纷，合作方应自行承担全部责任，并确保我司不因此承担任何法律责任或受任何牵连。

4. 合作方不得创建或使用任何虚假的、不准确的或具有误导性的文件、账簿或记录；合作方应完整地将商业活动和交易文件予以记录并保存，保存时间为从相关项目完成之日起至少 [5]年。合作方承诺接受并配合我司开展与合作相关的审计及调查，并如实提供相关信息和文件。

5. 合作方完全遵守有关劳工、商业道德、健康与安全、环境和管理等法律法规及标准（如有）。除上述承诺外，合作方还将严格遵守所有可适用的法律与一般商业准则，诚信经营业务。

6. 合作方及其工作人员如发现或怀疑我司工作人员从事或可能从事任何违法或违反商业道德行为的，合作方承诺向我司举报。本责任书项下合作方的举报请通过以下方式与我司道德委员会联系：（1）邮件举报：jubao@corp.netease.com；或（2）扫描本条后附对应的二维码举报。

7. 合作方及其工作人员承诺：在签署本责任书前已认真学习我司供应商廉正培训材料，培训材料请扫描本条后附对应的二维码查看。



举报二维码



学习二维码

III. 合作方责任

1. 合作方若违反上述第 II 节任一项承诺，我司有权追究合作方违约责任，并对合作方立即采取以下一项或几项措施：

（1）停止付款；（2）中止或终止双方间全部业务合作及合同；（3）要求返还合作方与我司之间全部合同（包括合同项下签署的所有订单）已支付款项；（4）要求合作方支付合作方与我司之间全部合同（包括合同项下签署的所有订单）所约定全部费用的 30%作为违约金（我司亦有权直接从未付合作费用中扣除）；（5）将合作方列入不良记录名单。

2. 若我司提出合理怀疑，合作方负有证明其行为合规合法的义务。

3. 我司未行使上述某项权利不代表放弃行使该项权利，我司仍然有权根据自身的安排在法律允许的时限内行使权利。

合作方确认已认真阅读以上全部条款，已认真完成供应商廉正培训材料的学习，已就现存所有利益关联情况进行申报并承诺在有新增利益关联时及时申报，能够清晰准确理解全部含义，并同意遵守。本责任书经合作方盖章后追溯至合作方初次与我司接洽时生效，且效力不因合同的终止而终止。

合作方：

签署：

日期：

