

商务报价单

GAP x 敦煌美术研究所 IP 联名授权合作

客户方	GAP (待确认主体)	报价方	杭州鲜活万物品牌管理有限公司 (敦煌美术研究所独家代理)
项目名称	GAP x 敦煌美术研究所联名授权合作	报价日期	2026/6/8
报价有效期	自报价日起30天	适用区域	中国大陆地区及港澳地区

一、报价方案总览

方案	合作时长	清货期	核心权益	授权费用
方案A 70万一口价	12个月	6个月	60个款; 6套二创图库; Logo/商标使用; 快闪及配套活动2个 (春/秋); 媒体矩阵3次 x 2波; 20家竞品服饰排他	一口价: 70万元
方案B 80万一口价	12个月	6个月	80个款; 6套二创图库; Logo/商标使用; 快闪及配套活动2个 (春/秋); 媒体矩阵3次 x 2波; 20家竞品服饰排他	一口价: 80万元

二、授权基础条件

项目	方案A 70万一口价	方案B 80万一口价
合作时长	12个月	12个月
清货期	6个月	6个月
开发期	开发期由双方协商, 以最终协商结果为准	开发期由双方协商, 以最终协商结果为准
授权范围	中国大陆地区及港澳地区; 线上及线下渠道	中国大陆地区及港澳地区; 线上及线下渠道
授权品类	服饰: 男装、女装、男童、女童; 允许礼赠品	服饰: 男装、女装、男童、女童; 允许礼赠品
款式数量	可开发60个款	可开发80个款
图库授权	可选择6套二创图库	可选择6套二创图库
礼赠品	涉及10个品类, 具体开发数量由客户方决定	涉及10个品类, 具体开发数量由客户方决定
防伪标	0.7元/个, 按实际使用数量另行结算	0.7元/个, 按实际使用数量另行结算

三、授权权益明细

权益模块	具体内容	方案A	方案B
授权权益 / 基础授权	在约定授权区域、授权期限、授权品类及销售渠道内，客户方可围绕 GAP × 敦煌美术研究所联名项目使用经双方确认的授权素材、联名名称及相关IP内容。具体授权边界、审核流程及使用规范以双方正式合同及官方审核确认为准。	包含	包含
Logo / 商标使用	可使用敦煌美术研究所 Logo / 商标，用于联名产品、包装吊牌、线上线下宣传物料、活动物料及经双方确认的配套营销场景。具体露出形式及审核流程以双方确认结果为准。	包含	包含
图库支持	两档方案均可选择6套二创图库，用于联名产品、包装、吊牌、线上线下宣传及配套物料。图库具体选择、使用边界及修改范围以双方确认及审核结果为准。	6套二创图库	6套二创图库
款式开发	在合作期内围绕授权IP开发联名服饰产品。	60个款	80个款
合作品类	服饰品类覆盖男装、女装、男童、女童；同时允许开发礼赠品。	包含	包含
礼赠品开发	礼赠品涉及10个品类，具体每个品类的开发数量、组合方式及上市节奏由客户方根据项目需求决定，并按授权审核流程确认。	包含	包含
快闪及配套活动	合作期内可开展快闪及配套活动；本次权益包含2个主要活动方案，分别对应春季和秋季。二三线城市非重点门店可直接使用 take down 版活动方案落地。具体活动形式、落地城市、门店范围及物料审核以双方确认结果为准。	2个（春/秋）	2个（春/秋）
媒体矩阵支持	敦煌美术研究所微博、公众号、视频号、快手、抖音、小红书账号可配合宣传联名合作内容。本次按客户诉求配合3次，并分两波执行；具体平台组合、素材内容、发布时间及发布口径以双方排期和审核确认为准。	3次 × 2波	3次 × 2波
排他权益	合作期间设置20家竞品服饰品牌排他名单。排他品牌名单、适用品类、期限及具体执行边界以双方书面确认和正式合同约定为准。	20家竞品服饰品牌	20家竞品服饰品牌
防伪标	联名产品如使用防伪标，按0.7元/个计费，依据实际使用数量另行结算。	0.7元/个	0.7元/个

四、费用方案

合作方案	一口价授权费用	防伪标费用	备注
方案A 70万一口价	70万元	0.7元/个，另行按实际使用数量结算	一口价为授权费用；防伪标费用不含在授权费用内
方案B 80万一口价	80万元	0.7元/个，另行按实际使用数量结算	一口价为授权费用；防伪标费用不含在授权费用内

五、商务执行说明

- 杭州鲜活万物品牌管理有限公司为敦煌美术研究所独家代理，本报单由其作为本次授权合作商务报价主体出具。
- 本报价为商务报价参考，最终合作范围、授权素材、审核流程、付款节点、结算方式及违约责任以双方正式签署的合同或补充协议为准。
- 合作时间为12个月，清货期为6个月；清货期内的销售、宣传、库存处理及物料使用边界以正式合同约定为准。
- 所有涉及敦煌美术研究所名称、Logo、商标、图库及文化内容的使用，须按双方确认的授权范围、品类、渠道及期限执行；超范围使用须另行书面确认。

5. 快闪及配套活动、媒体矩阵支持、排他权益等资源，均需根据实际执行方案另行确认排期、物料、审核标准与双方责任边界。
6. 活动方案、宣发节奏、门店落地及 take down 版方案的具体执行内容，以双方最终确认的项目排期、物料清单及审核结果为准。
7. 防伪标费用不包含在上述一口价授权费用内，按实际使用数量以0.7元/个另行结算。

六、确认栏

报价方	杭州鲜活万物品牌管理有限公司	客户方	GAP (待确认主体)
联系人	苏薇	联系人	待填写
联系电话/邮箱	15382320871	联系电话/邮箱	待填写
确认日期	2026年6月8日	确认日期	待填写

本报价单为商务沟通文件 | 最终权利义务以双方正式合同为准