

法天使
fatianshi.cn

中国合同库

影视娱乐

优质文本 · 条文批注 · 风险提示

王钺翰 肖云成 王贞友 编著



法律出版社
LAW PRESS · CHINA



电子版合同入口
随书赠送88元充值卡

中国合同库

影视娱乐

优质文本 · 条文批注 · 风险提示

王钺翰 肖云成 王贞友 编著



法律出版社
LAW PRESS · CHINA



电子版合同入口
随书赠送88元充值卡

图书在版编目(CIP)数据

中国合同库. 影视娱乐 / 王钺翰, 肖云成, 王贞友
编著. -- 北京: 法律出版社, 2017
ISBN 978-7-5197-1743-8

I. ①中… II. ①王…②肖…③王… III. ①合同法
—中国②电影工作—合同法—中国③电视工作—合同法—
中国 IV. ①D923.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 297830 号

中国合同库: 影视娱乐
ZHONGGUO HETONGKU: YINGSHI YULE

王钺翰
肖云成 编著
王贞友

策划编辑 朱海波 蒋 橙
责任编辑 朱海波 蒋 橙
营销编辑 徐 印
装帧设计 宇宙尘埃工作室 鲍龙卉

出版 法律出版社
总发行 中国法律图书有限公司
经销 新华书店
印刷 天津嘉恒印务有限公司
责任印制 吕亚莉

编辑统筹 法律应用·大众出版第二分社
开本 787 毫米×1092 毫米 1/16
印张 47 字数 678 千
版本 2018 年 1 月第 1 版
印次 2018 年 1 月第 1 次印刷

法律出版社/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

网址/www.lawpress.com.cn

投稿邮箱/info@lawpress.com.cn

举报维权邮箱/jbwq@lawpress.com.cn

销售热线/010-63939792

咨询电话/010-63939796

中国法律图书有限公司/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

全国各地中法图分、子公司销售电话:

统一销售客服/400-660-6393

第一法律书店/010-63939781/9782

上海分公司/021-62071639/1636

西安分公司/029-85330678

深圳分公司/0755-83072995

重庆分公司/023-67453036

书号: ISBN 978-7-5197-1743-8

定价: 148.00 元

(如有缺页或倒装, 中国法律图书有限公司负责退换)



王钺翰

上海融孚律师事务所合伙人

是国内较早专注于泛娱乐产业(文化|体育|传媒)法律体系研究的律师之一。王钺翰律师拥有国家演出经纪人资格和体育经纪人资格,同时也是一家文化体育经纪公司的创始人、即兴戏剧表演爱好者、击剑运动爱好者。

王钺翰律师在泛娱乐产业的法律服务经验涵盖影视剧、演唱会及舞台剧、综艺真人秀、艺人和运动员经纪业务、明星私人顾问、足球俱乐部、电子竞技、动漫游戏、互联网及新媒体等,并在投融资、慈善、教育培训等与娱乐产业密切关联的领域拥有实务经验。

社会兼职:上海律师协会文化传媒业务委员会委员、中国体育法学会会员、浦东新区文化创意产业联合会单位会员代表、上海文化创意产业服务联盟创始会员代表、浦东新区专业人民调解中心商事案件特聘律师调解员、东明社区公益基金会副理事长等。

电子邮箱: johan.wang@sglaw.cn



肖云成

德衡律师集团合伙人律师

法律硕士,知识产权、文化传媒律师,德衡律师集团合伙人律师。自执业以来,一直专注于为互联网企业、文化传媒企业和高新技术企业提供知识产权、文化传媒方面的法律服务,服务领域包括著作权侵权、商标侵权、域名争议解决、不正当竞争纠纷、网络名誉权侵权纠纷,演艺经纪,影视剧投资和制作等业务。在北京日报、新浪法院频道上发表多篇热点娱乐事件解读文章。任职于中国电子商务协会法律工作委员会,中国青岛仲裁委员会互联网仲裁院等机构。

电子邮箱: 496710347@qq.com



王贞友

北京市中银律师事务所律师

致力于文化产业企业运营中的法律风险研究,熟悉文化企业运营中的风险环节,目前主要执业领域包括公司法人治理及风险防控、泛娱乐项目法律风险防控(如影视项目投融资、影视项目运作、艺人经纪、出版传媒、动漫游戏、商业演出等IP开发运作项目)、版权保护、商事诉讼。

电子邮箱:

wangzhenyou@zhongyinlawyer.com



法治社会离不开合同。

英国历史学家梅因的《古代法》中有一句法律人耳熟能详的名言：我们可以说，所有进步社会的运动，到此处为止，是一个“从身份到契约”的运动。确实，在现代社会中，方方面面都离不开契约与契约精神。除市场交易外，大到国家治理、国际条约，小到婚姻家庭、交通出行各个领域，无所不在契约或契约精神的笼罩之下。可以说，一个现代人，无时无刻能与合同脱离干系。

在具体生活层面，我们也不难发现合同与社会经济之间的密切关系。从普通人很少见到正式合同，到越来越多的签订书面合同，到合同越来越厚、条款越来越多，与之相应地，是经济交易越来越活跃、交易金额越来越大，经济越来越发达。如果作这么一个判断：“合同的质量与数量，与一个社会的经济水平成正比”，这应该是基本成立的。

希望中国合同库成为标准。

合同需要标准。国际贸易术语（Trade Terms of International trade），就可以理解为是一套合同条款的标准术语。有了这套术



关注法天使



关注法天使

语，交易各方在谈判以及拟定条款时，就可以大大节省时间，减少争议。

经济生活中的大量交易，完全可以使用比较标准的、完备的合同范本。这些合同范本符合一般交易惯例，条款相对完善、规范，能减少不必要的合同纠纷。

当然，交易往往都有自己的特殊性。即使如此，以标准合同为基础，合同各方在彼此关心的重点条款上谈判、修订，而对一般性问题采纳标准合同的条款，这也能大大节省合同各方的精力。

在运输领域，集装箱标准的推出，大大提升了运输效率、降低了物流成本，整个社会都为之受益。而如果在社会各行各业的交易、合作中，都能大力推行标准合同，无疑也将大大降低交易成本，促进交易的进行，减少争议。这其中的社会意义是巨大的。这也是工商等政府部门不断推出政府示范文本的目的。而现在，“中国合同库”这一项目，更是利用互联网技术，将合同示范文本这一工作往前推进了一大步。

标准之所以能成为标准，既需要社会各界的推动与接受，也需要标准本身能不断完善、符合需求。我在此希望中国合同库的主办方能持之以恒的推动合同库的建设、完善与推广，使之成为名副其实的“中国合同库”。

此为序。

梁慧星

中国社会科学院学部委员、教授、博士生导师

在互联网、大数据时代，应思考法律服务如何与技术结合，推动法律智慧的融合与共享。在倡导律师专业化建设、倡导律师“工匠精神”的同时，应注重用技术手段，帮助律师提升法律服务的效率。

《中国合同库》系列图书，可以看作这方面的有益尝试。不同于一般的合同范本书，它充分利用了互联网开放、迭代、互动的特色：每个合同范本，对应一个二维码，读者扫描识别二维码，就可以获得合同范本的电子版；而合同范本的作者，可以实时更新电子版，以确保内容的与时俱进。如此一来，这套书不再是一般意义的纸质读物，而是与电子数据协同互动的新型出版形态。

一直以来，高品质的合同范本和法律文书，是一种有价值但流通不畅的资源。律师与律师之间，团队与团队之间，律所与律所之间，缺乏知识资源的互通和共享。另外，高质量的文件模板几乎可以说是律师的核心竞争力之一，甚至是行业壁垒之一，每一份好的文件模板都倾注了律师的智慧和心血。《中国合同库》聚合各领域专业法律人，把这些优质的模板进行逐字



关注法天使



关注法天使

逐句地修改、整合，进而分享，真正体现了互联网时代的共享精神。

不久前，中华全国律师协会刚刚与法律出版社签署战略合作协议，现在欣喜地看到法律出版社偕同法天使推出这项具有创新精神的出版计划，在此表示由衷祝贺！

是为序。

A stylized handwritten signature in black ink, which appears to read '王洪峰' (Wang Hongfeng).

中华全国律师协会会长
金杜律师事务所管委会主席

一、合同的使命

人生很宝贵，追求自由的活、舒服的活、开心的活，是人之秉性。不过，世上不只有一个人，每个人都有不一样的想法和追求，且每个人身边的环境和资源也都不同，但资源和环境是有限的。于是，一个人在追求自己向往之“活法”时，必然会与别人产生冲突。

冲突永远存在，无法解决。冲突又必须被有效控制；冲突愈演愈烈的结果，是毁灭。因此，人们追求的目标其实是：在冲突中寻找大家都能接受的“平衡态”。彼此接纳对方追求的“活法”和“需求”，各自让渡一部分自己的“活法”和“需求”，以便大家在一定程度上都能活得舒服，获得快乐。

“合同”由此应运而生。《周易·系辞》曰：“上古结绳而治，后世圣人易之以书契”。《圣经》之中，处处是上帝与人的立约。人们为了更美好的生活而彼此订立契约，与自然“立约”。我想：“合同”注定是人类文明长河中最伟大的发明，也许是宇宙间的基本法则也说不定。

无论是古之谓以“质剂”“傅别”，还是今之谓以“契约”“协



关注法天使



关注法天使

议”；无论是古之载以“青铜”“竹简”，还是今之载以“纸张”“数据电文”，合同之使命无不在于“平衡冲突，共享美好”。借用在“得到”开专栏的吴军博士之畅销书书名，这是“文明之光”。

二、合同的第一性原理

因为缔造“SpaceX”、“Tesla”，埃隆·马斯克时常挂在嘴边的“第一性原理”也广为人知。这是剥离枝节、透过现象看本质的独立深入思考的思维模型。真正能理解并熟练运用“第一性原理”，需要时间的积累，需要“刻意练习”，但它很有用。

基于我对合同之使命的愚见，我所理解的第一性原理是：“为达成各自的核心目标，共同思考和讨论所明确的、各方承诺遵守的行事规则。”对！就是这么一句简单的“废话”；就像“销售”的第一性原理不过就是“把东西卖出去，把钱收回来”一样。但我们在做的时候，却总是跑偏。

有时，我们达成一个约定只有寥寥数语、一页纸；有时，我们签署一个协议却又细枝末节、厚如书。有时，我们会让每一笔付款的金额和时间都精确无误；有时，我们又会把交钱的流程一笔带过。一个好的合同，既不是“字越少越好、灵活方便”，也不是“事无巨细、完全按图索骥”；一切安排，都是围绕着合同的第一性原理在千变万化。知易行难，搞合同既是技术活，也是艺术活，我们都在不断探索。

三、什么是好的示范文本

合同之事，并无可以直接套用的模板；每一个好的合同，都是在明晰交易各方的商业目标和行事风格的基础上完成的。也许每一位律师都对他/她的客户传达过与前面的意思相同的话。

模板就像“海洛因”，拿来就用，无需思考和改动的合同，犹如为满足人性中的懒惰因子而制造的迷幻药，只是把交易的最终结果交给“碰运气”罢了。

那为什么我们还要出这么一套示范文本？

示范文本从来就不是拿来直接套用的。好的示范文本可以帮人省时省力、提高效率、查漏补缺，但它不应诱导人放弃思考。这是一本工具书，它很厚，可你应当把它用“薄”：提炼你想要的内容、混搭各种合同文本的条款、删改无用的交易规则。但，你不能“不动脑”。

基于上述认知，由我制作的示范文本，我都会尽力按如下标准去完成：

1. 概念明确，清晰易懂。即便达不到会识字就能看懂的地步，至少不拗口，易于理解。因此，合同文稿需要逻辑通畅、用字精准、表达干练、排版美观。对一些常用术语和表达，应当统一其“含义”，避免误解（哪怕定义不够权威）。

2. 思虑周全，细致全面。在我国的营商环境下，基于现实的商业考量，很多合同文本往往概略简易，宜粗不宜细。但示范文本却应当尽量把交易环节的各种细节和可能性展现出来，帮助使用者查漏补缺。

3. 引领行业，启发思考。很多行业的合同订立现状，往往都与其标准化的合同规则“大相径庭”。但示范文本的意义，从深层次理解，恰恰又是在为这个行业创新交易规则，让参与交易的每个主体，都能有“安全感”和“获得感”。若示范文本的一些条款，能够给本行业的从业人员以启发、让运行规则更有效率、让行业发展更透明规范，则实在是一件大好事。

4. 平衡冲突，促成交易。由于合作模式的自身特点，一方享有更高的谈判权，另一方弱势没有什么选择权，这是现实中



关注法天使



关注法天使

的常态。正因如此，示范文本既要考虑“保护各方的核心利益不被压榨”，又要本着“促使交易能最终顺利完成”的角度谨慎设置交易条款。

四、关于影视行业

多年来，业内一直都在谈中国的“影视工业化”的问题。虽然截至本书出版时，中国电影票房已突破 500 亿大关，中国电视剧制片业规模已达世界第一，但中国的影视工业化水平仍为业内外所诟病。“缺乏行业显规则”“缺乏专业队伍”“规范化运作程序低”等，都曾被反复提及，而这些问题都集中反映在了影视行业的合同文本中。

行业现状是：涉及电影、电视剧的投融资和发行的合同，由于近几年影视娱乐产业的持续火爆，大量“圈外人”涌入影视投资和宣传发行市场，特别是习惯于规范化文本的职业投资人、金融机构、大型企业的参与，此类合同已越来越严谨和规范；但其他情境下的合同则不甚理想。这一点，尤其体现在由我承担起草任务的涉及本书第二部分（制作类）、第三部分（聘用类）的影视作品具体制作环节上的各类商业交易中。不仅是合同不规范的问题，很多剧组的摄制过程中，甚至存在大量不签合同的情形。

影视行业的专业化进程，需要更多法律人的参与和推动。

五、感谢与展望

对于任何一个法律工作者来说，看合同、改合同、写合同，都是其基本功；对于影视圈内人而言，行业中的各种事务，并非一份合同就能说得清、道得明的。前述两者，恰是我们这套文本的核心读者。基于使命感和价值观，编写合同示范文本于我

而言颇有压力。

感谢海波编辑和他的团队，在如此紧迫的时间完成复杂的校对工作；感谢金光兄、志广兄和“法天使”的伙伴们，一路陪伴并为我们注入能量；感谢我的客户们，为我的写作提供了大量现实研究案例；感谢我的团队伙伴，帮我承担了不少行政事务，为我腾出更多时间。

我发现“写作”是一件容易上瘾的事情，一旦下笔，难以弃之。写出有价值的好文章，需要大量“刻意练习”，需要深入观察和思考，更需要和时间做朋友。世上没有“完美的合同”，只有“动态的平衡”。欢迎各位读者“挑刺”，帮助我们不断调整示范文本，实现“相对的卓越”。

是为序。

王钺翰

书于 上海陆家嘴



关注法天使

目 录

CONTENTS

第一部分 影视类融资、合作类合同	001
一、影视作品融资类合同	003
1.电影联合投资摄制合同	003
2.电视剧联合投资摄制合同	030
二、影视作品合作类合同	057
3.电视剧品牌植入合同	057
4.影片贴片广告招商委托合同	071
5.影片贴片广告发布合同	084
6.影视作品项目赞助合同	095
第二部分 影视作品素材类使用合同	109
一、剧本使用合同	111
7.影视作品剧本委托创作合同	111
8.影视作品剧本委托改编合同	123
9.影视作品剧本版权转让合同	135
10.影视作品编剧进组合同	144
11. 影视作品剧本委托修改居间合同	149

二、影视作品制作合同	157
12. 影视作品委托承制合同	157
13. 文字作品（影视改编与摄制）许可使用合同	168
14. 影视作品音效制作合同（同期声/配音/拟音）	184
15. 影视作品音乐委托创作合同	198
16. 影视作品音乐使用许可合同	219
17. 影视作品歌曲演唱合同	232
18. 影视作品音乐录制合同	250
19. 影视作品素材使用许可合同	264
20. 影视作品置景服务合同	276
21. 影视作品置景场地租用合同	290
22. 影视剧组车辆包租合同	302
23. 影视剧组餐食供应合同	317
第三部分 人员聘用类合同	331
24. 影视作品导演聘用合同（总导演）	333
25. 影视作品导演聘用合同（执行导演）	362
26. 影视作品制片人聘用合同	378
27. 影视作品监制聘用合同	400
28. 影视作品演员聘用合同（主演）	421
29. 影视作品演员聘用合同（8岁以下未成年）	451
30. 影视作品演员聘用合同（8岁及以上未成年）	480
31. 影视作品演员聘用合同（特别出演/友情出演）	509
32. 影视作品演员聘用合同（特约）	532
33. 影视作品演员聘用合同（跟组）	549
34. 影视作品演员聘用合同（临时）	566
35. 影视作品制片主任聘用合同	580

36.影视作品剧组工作人员聘用合同	600
第四部分 影视作品宣传、发行类合同	615
一、营销宣传类合同	617
37. 电影片宣传策划服务合同	617
38. 电影片海报制作合同	626
39. 电影片后期制作合同	633
二、发行放映类合同	640
40. 电影片发行意向合同	640
41. 电影片分账发行放映合同	650
42. 电影片买断发行放映合同	669
43. 电影片保底分成发行放映合同	687
44. 电视剧信息网络传播权许可使用合同（视频网站）	705
45. 电视剧播映权许可使用合同（电视台）	718

第一部分 影视类融资、合作类合同