|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 2019年艺人配合权益应答表 | | | | |
| 项目 | | | 具体要求 | 是否满足 |
| 必选项 | 演出现场 | 演出歌曲数量及标准（可多选） | 演唱曲目不低于4首，或保证整个演出活动时长不低于30分钟 。 |  |
| 演唱曲目不低于8首，或保证整个演出活动时长不低于60分钟 。 |  |
| 演唱曲目不低于14-16首，或保证整个演出活动时长不低于90分钟 。 |  |
| 演唱曲目不低于20首，或保证整个演出活动时长不低于120分钟 。 |  |
| 现场互动交流 | 不低于1分钟/次/场的现场互动交流，以及与线上用户的互动（包括：对线上用户的提问进行抽选回答；为线上用户进行有奖抽签；现场在客户端或者网站上口播精彩评论等）。 |  |
| 口播感谢咪咕音乐、赞助商（无代言冲突）及直播平台（分别至少两次）。 |  |
| 现场合影 | 不低于5组合影 。 |  |
| 礼品提供 | CD | 如有CD，需提供签名CD至少20张 。 |  |
| 照片 | 至少签名照片或签名海报10张/场 。 |  |
| 宣传 | 宣传VCR录制 | 至少4条20s/场，包含：售票、直播、品牌以及对该场演出冠名商/赞助商的宣传VCR需求 。 |  |
| 专访/群访 | 艺人配合甲方进行专访或群访不低于15分钟 |  |
| 海报物料 | 授权甲方不低于五张艺人高清大图用于该场活动的线上线下宣传使用，并在甲方需求提出48小时内提供，与甲方确认好主视觉后，该主视觉可用于任何甲方（包括：咪咕音乐、咪咕文化及中国移动各省公司）需要使用的位置。如甲方有除主视觉以外的艺人肖像使用需求，需获得乙方授权才能使用。活动结束后2小时内提供艺人审核过的高清大图 |  |
| 推广 | 艺人微博及官方粉丝微博宣传或转发 | 至少2次/场。用于前期售票宣传(须使用艺人本人官方的社交平台进行宣传) 。 |  |
| 视频 | 视频直播 | 按咪咕音乐需求配合视频直播、录播、互动，视频版权归咪咕音乐所有（不含词曲版权），全部视频版权，包含视频转售权，且在甲方转售后乙方需配合该场演出直播版权转售平台的相关权益需求。 |  |
| 专题短视频 | 艺人活动开展前中后期的花絮录制，以及配合完成针对艺人策划的专题性录制需求（录制前内容将与艺人方沟通确认），演唱会短视频可用于端内端外运营。 |  |
| 广告 | 招商赞助 | 同意艺人形象用于活动宣传使用（含带有赞助商品牌形象及产品的活动宣传），并配合赞助商权益落实，同意现场存在咪咕、移动以外其他赞助商品牌露出 。 |  |
| 执行 | 报批资料 | 乙方应在单场演出邮件确认档期后【7】个工作日内，提供内地艺人的报批资料（包括但不限于演出同意函，演出曲目及歌词，演出视频）及演出活动所需设备清单（经双方确认后决定是否采纳设备清单），【10】个工作日内，提供港台及海外艺人的报批资料（包括但不限于演出同意函，演出曲目及歌词，演出视频）及演出活动所需设备清单（经双方确认后决定是否采纳设备清单）。 |  |
| 加分项 | 广告 | 招商赞助 | 能够配合赞助商品牌及产品进行互动宣传 。 |  |
| 备注：乙方艺人在履行本合同执行过程中，产生的所有美术作品、摄影作品、视听作品、文字作品、音乐作品、立体作品、录音录像、表演形象等与本协议服务相关的全部成果的知识产权及其衍生品（包括但不限于音像制品等）的开发权、经营权均由甲方享有。 | | | |  |