

# 抖音主播签约合同(优质9篇)

现今社会公众的法律意识不断增强，越来越多事情需要用到合同，合同协调着人与人，人与事之间的关系。合同的格式和要求是什么样的呢？下面我给大家整理了一些优秀的合同范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

## 抖音主播签约合同篇一

甲方：

用人单位名称

乙方：

编号：

甲方基本情况

乙方基本情况

依据《\_劳动法》、《\_劳动合同法》和有关法律法规，甲乙双方在遵循合法、公平、平等自愿、协商一致、诚实信用原则的基础上签订本劳动合同。

第一条 劳动合同期限

- 1、固定期限：自年月日起至年月日止，其中：试用期为个月。
- 2、无固定期限：自年月日起施行。
- 3、以完成一定工作任务为合同期限。

第二条 工作内容和工作地点

甲方招用乙方在工作，工作内容为：

### 第三条工作时间和休息休假

（一）甲、乙双方同意按以下第种方式确定乙方的工作时间：

- 1、标准工时制，每日工作不超过8小时，每周工作不超过40小时。
- 2、经劳动保障行政部门批准，乙方所在岗位实行不定时工作制。
- 3、经劳动保障行政部门批准，乙方所在岗位实行综合计算工时工作制。

（二）甲方因生产（工作）需要延长工作时间的，按《\_劳动法》第四十一条办理。

（三）乙方在合同期内享受国家规定的各项休息休假权利。

### 第四条劳动报酬

1、甲方遵循按劳分配原则，实行同工同酬。根据乙方现任职务和工作岗位，约定工资为元/月，试用期工资为元/月。

实行计件工资制的，月工资按计件单价结算，具体办法为：

2、甲方必须每月至少1次以货币形式支付乙方工资，每月日为发薪日。

3、甲方安排乙方延长工作时间的，应按《\_劳动法》第四十四条规定支付其工资报酬。

4、乙方在依法参加社会活动期间，或享受年休假、探亲假、婚丧假、女职工孕期检查、产假、哺乳期内哺乳时间、计划

生育手术假、男方护理假等期间，甲方应视同乙方提供正常劳动并支付工资。

## 第五条 社会保险

甲乙双方按照国家 and 地方有关规定，参加社会保险（养老、失业、医疗、工伤、生育）。其中乙方应承担缴费部份，由甲方从乙方工资中代扣代缴。

## 第六条 劳动保护、劳动条件和职业危害防护

甲乙双方应严格按照《\_劳动法》第五十二条、第五十三条、第五十四条、第五十五条、第五十六条、第五十九条、第六十条、第六十一条、第六十三条、第六十四条、第六十五条规定执行。

## 第七条 劳动合同的变更

用人单位与劳动者协商一致，可以变更劳动合同约定的内容。变更劳动合同，应当采取书面形式。

变更后的劳动合同文本由用人单位和劳动者各执一份。

## 第八条 劳动合同的解除、终止

依据《\_劳动合同法》第三十六条、第三十七条、第三十八条、第三十九条、第四十条、第四十一条、第四十二条、第四十三条、第四十四条、第四十五条、第五十条规定执行。

第九条 双方认为需要约定的事项：

## 第十条 劳动争议处理

因订立、履行、变更、解除和终止本合同发生的劳动争议，当事人可以依法申请调解、仲裁、提起诉讼，也可以协商解

决。

第十一条本合同一式两份，甲乙双方各执一份。甲方未将劳动合同文本交付乙方，给乙方造成损害的，甲方应承担赔偿责任。

甲方（盖章）：

乙方（签名）：

合同签订日期：年月日

## 抖音主播签约合同篇二

用户成交，也称逼单成交。想让用户在直播间逼单成交靠什么？

稀缺感，如价格稀缺、数量稀缺、款式稀缺、赠品稀缺。

只有稀缺才会让用户感觉占到了便宜、错过了就没有了，从而导致下单。

□

如何营造稀缺感呢？

同样靠主播话术，第一主播的话术要强调稀缺的缘由是什么？

比如原材料的减少、新人主播等，一定要有理有据让用户信服。

第二要进一步强调稀缺感，时刻提醒用户剩余数量不多，持续刺激用户，打消用户疑虑，刺激购买。

逼单除去稀缺感氛围营造之外，还有一个要素：产品组合。

品牌方一定要有多种不同的产品组合，既能满足不同人群的细分需求，又能不限于一个sku重复上演稀缺的戏码。

## 抖音主播签约合同篇三

坊间流传这样一句话，抖音电商仅用三年就走完了淘宝十年的路。不可否认的是，抖音电商作为字节跳动布局抖音的流量增长极，向国内新兴电商巨头迈进的“野心”逐渐强劲，而这也不离不开抖音电商在快递物流上下的功夫。

差异化电商定位，是决定抖音电商突围的关键，也是保持物流持久流量的基础。抖音电商也被更深层次的定义为兴趣电商：与传统的直播电商和内容电商相比，兴趣电商俨然是想从更细粒度的视角挖掘客户的潜在购物需求，提升用户的体验感。

在5月31日大会上，抖音电商总裁魏雯雯提出“兴趣电商”全面升级为“全域兴趣电商”，全域兴趣电商能覆盖用户全场景、全链路购物需求，是非常自然的演变和大势所趋。未来，新场域的占比将高达生意的50%以上。

（抖音电商总裁魏雯雯）

而这要求抖音电商的物流履约能力更强，要打通订单背后的数据、仓储、物流及库存管理，逐渐向一体化数字化供应链方向演进。

数据显示，2021年818抖音电商gmv完成6000亿元，全年gmv超1万亿元。还有相关数据预测，到2023年兴趣电商的gmv将超过万亿。技术和数据正在不断优化抖音电商商品的流通和交付环节，在平台、商家、顾客的三方需求下，抖音电商打造的“兴趣电商”或将引起电商市场的新一轮鏖战。

## （1）布局供应链云仓

控制了仓储就控制了电商供应链的中枢，而掌握了云仓就调用了更广的仓储资源和提前备货，解决了电商在井喷销量下的爆仓问题。

在即将到来的618年中大促，各大电商平台已纷纷开起预售模式，商家可以根据订单数量提前备货，利用大数据将订单分配到距离顾客最近的云仓，并根据每一地区的购物需求，对后续的产品销售进行预测，这就使得在客户付完尾款后可以更快的收到商品。

有些电商平台拥有自建云仓，比如京东，亚马逊等；有些是物流类的共享云仓，比如ems和中通等。去年双十一期间，中通云仓首单配送用时仅为10分17秒，大促订单整体出库时效得到明显提升。

抖音电商也宣布为部分城市商家提供供应链云仓服务，保障商家仓配一体的物流运营。此外，作为抖音电商背后的生态支撑，字节跳动旗下的星辰跃动供应链也于早前跟韵达云仓达成合作，布局产地仓。

布局供应链云仓，抖音电商既可以实现将商品从产地仓向分拨中心、转运中心的连续补货，也提升了紧急订单的处理效能。

## （2）发力即时配送

发力全域兴趣电商，对抖音来说不只要搞好数字化云仓中枢和流通大动脉，还需要考虑最后一公里的即时零售所需要的即时物流。2021年7月14日，字节跳动成立新团队开展外卖业务“心动外卖”，这也标志抖音正式进军本地生活和即时配送市场。

抖音电商发力即时配送，不仅是对品牌、品类甚至流量的争夺，更是对近场电商的磨炼。精酿啤酒作为抖音电商首个开通的“即时配”业务品类，用户下单后最快19分钟就能够接收到品牌方的精酿啤酒。这也反映出抖音电商上游的商品距离客户越来越近，交付时间越来越短。

（抖音全域兴趣电商架构图）

5月30日消息，抖音6月1日起将对生活服务业务收取服务费。各商品类目的平均软件服务费率为3%，最高费率不超过8%；同时对新商家有60天的保护期，保护期内仅收取支付通道服务费。其中美食的费率为，处于费率较低的类目。抖音电商显然要踏进的不只是淘宝、拼多多的地盘，还有美团的地盘。

## 抖音主播签约合同篇四

在今日的品牌建设中，内容逐渐取代传统的广告，因为内容可以持续在用户的心智中进行曝光、与消费者进行双向的沟通交流。

于是

本章所说的做内容，指的是品牌方自己在抖音上建立蓝v账号，并持续生产内容。

铺电商铺的是内容形式的电商，例如直播场景的打造、直播话术的沟通，指的是渠道内容化。

## 抖音主播签约合同篇五

乙方：身份证号：

抖音昵称：

抖音号：

联系地址：

鉴于：

甲方在短视频领域的运营能力和资源优势，乙方具有良好的短视频创作及表演才能，期望不断提升自身抖音号的运营水平和知名度。现双方经过友好协商，本着平等互利、诚实守信的原则，在xx市番禺区甲方所在地达成如下协议：

第一条，合作内容 乙方同意成为甲方旗下签约的抖音艺人，独家将自身在抖音平台上的短视频业务及演艺事业的经纪权授权给甲方。经纪权范围包括但不限于：

（1）演艺活动：指基于抖音平台上的一切演艺活动，包括但不限于视频的录播或直播。

（2）商务经纪：指基于抖音平台上的与乙方形象相关的所有商业活动。

（3）广告代言：指基于抖音平台上的以乙方名义承接的各类广告代言推广。

甲方同意与乙方建立全面合作伙伴关系，充分调动甲方在抖音上的运营能力及传媒方面的资源，提升乙方个人品牌知名度，并为提供商业转化渠道，与乙方共担风险，同享收益。

双方一致确认并同意：本协议项下，甲乙双方为平等主体之间的合作关系，不论乙方是否有正式工作、是否与第三方有劳动关系，甲乙双方之间均不存在劳动关系。除为履行本协议项下义务外，乙方不受甲方规章制度的约束，无须接受甲方的管理，有权自由选择工作地点、内容及时间。

特别约定：除本协议另有约定外，乙方不得单方解除本协议、不得与第三方签订与本协议有冲突关系的协议、不得参与任何竞争对手的商业活动。

双方的合作期限为壹年，自年月日起至年月日止。协议期间内，如双方均无异议，本协议自动延续壹年，以此类推。

第二条，合作方式 乙方利用抖音号在抖音平台发布视频及直播表演等演艺行为，甲乙双方通过合理合法方式将这些演艺行为进行商业变现。

甲方负责代表乙方与抖音平台就账户修改、收付款、结算、申诉、调解、合作等一切事宜进行沟通，并有权单方决定同意与否。甲方负责代表乙方与合作方及其他无须乙方亲自处理的第三方进行商业谈判、拟定各种合作方案，并有权单方决定同意与否。

双方根据本协议的精神与实际可不断丰富和调整合作方式。

第三条，服务内容 专业经纪。本协议生效后，甲方将安排经纪人员为乙方提供经纪服务，乙方有权对经纪人员的服务质量与态度进行评价，并提出任免与奖惩建议。

职业定位。甲方将持续关注并分析乙方在演艺事业上的发展情况，并在签约初期、协议履行过程中及其他必要时间，协调相关经纪人员等对乙方进行分析会商，明确乙方职业发展定位。

## 抖音主播签约合同篇六

根据《\_协议书法》之相关规定，甲、乙、丙三方在平等、自愿、公平和诚实信用的基础上，经协商一致，就甲方将其依法加盟的丙方的商铺转让给乙方的相关事宜订立本协议。

一、丙方同意甲方将位于\_\_\_\_\_区\_\_\_\_\_街(路)\_\_\_\_\_号的加盟分店转让给乙方继续使用，加盟分号为：\_\_\_\_\_；并保证乙方同等享有甲方在原有加盟协议书中所享有的权利与义务，在甲方加盟期满后，丙方直接与乙方签订加盟协议书，同时废止本协议书。

二、丙方与甲方已签订了加盟协议书，加盟期到\_\_\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日止，加盟费为\_\_\_\_\_元人民币，乙方将加盟费(大写：)于\_\_\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日支付给甲方，同时甲方给予乙方开具收据并交付商铺钥匙(甲方与乙方另行签订房屋租赁协议书)。

三、甲和丙方应该协助乙方办理该店铺的工商营业执照、卫生许可证等相关证件.但相关费用由乙方负责。

四、乙方接手前即本协议书签订之日前该店铺所有的一切债权、债务均由甲方负责;接手后的一切经营行为及其产生的债权、债务由乙方负责。

五、若乙方逾期交付转让金，除甲方交铺日期相应顺延外，乙方应每日向甲方支付转让费的作为违约金，逾期日的，甲方有权解除协议书，并且乙方必须按照转让费的向甲方支付违约金。如果由于甲方原因导致转让中止，甲方同样承担违约责任，并向乙方支付转让费的作为违约金。

六、丙方不得在与甲方签订的原加盟协议书之外以任何理由作出增加乙方义务限定乙方权利的行为和决定，同时乙方也应当同意并履行甲方与丙方所签订的加盟协议书中的相关义务。

七、在签订本协议书的同时，甲方与丙方应当将其双方所签订的加盟协议书(或复印件)一份交付乙方保存。

八、本协议书未约定之事宜，可以参照甲乙双方所签订的加

盟协议书。

九、本协议书一式三份，三方各执一份。

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 抖音主播签约合同篇七

顶让方（乙方）：身份证号：

房东（丙方）：身份证号：

甲、乙、丙三方经友好协商，就店铺转让事宜达成以下协议：

九、本合同一式三份，三方各执一份，自三方签字之日起生效。

甲方签字：

日期：

乙方签字：

日期：

丙方签字：

日期：

附件：一、原房屋租赁合同

二、甲方转让给乙方的一切设施清单

# 抖音主播签约合同篇八

第一条 为加强户外广告设置管理，维护城市容貌，规范户外广告位经营权公开出让行为，实现城市公共空间资源利用的公开、公平、公正和合理配置，根据《\_行政许可法》、《重庆市户外广告管理条例》等有关法律、法规的规定，结合本市实际，制定本办法。

第二条 本市城市范围和公路建筑控制区范围内的户外广告位经营权，应当采取公开的方式出让（因社会公共利益需要设置的公益广告和临时户外广告除外）。

第三条 户外广告位经营权的出让，应当遵照有关法律、法规的规定，遵循公开、公平、公正、诚信的原则。

第四条 主城区户外广告位经营权公开出让方案，由区市容环境卫生管理部门会同有关部门依据户外广告设置规划制订，经市市容环境卫生管理部门审查后，报市政府批准实施。其他区县（自治县）户外广告位经营权公开出让方案，由区县（自治县）市容环境卫生管理部门会同有关部门按照户外广告设置规划制订，报当地人民政府批准后实施。

第五条 市容环境卫生管理部门应根据城市总体规划，按照协调、美观的要求，会同规划、工商、建设等有关部门编制户外广告设置规划，报同级人民政府批准后公布实施。

主城区户外广告设置规划由市市容环境卫生管理部门编制。主城区以外的区县（自治县）户外广告设置规划由区县（自治县）市容环境卫生管理部门编制。

编制户外广告设置规划应当征求社会公众、专家、行业协会及广告经营者的意见。

第六条 户外广告位经营权应当以区域或道路为最小单位进行

出让。

第七条 政府投资建设的公共设施范围内户外广告位经营权出让，由市容环境卫生管理部门作为出让人委托重庆联合产权交易所公开出让。其他户外广告位经营权出让，由产权人向所在地市容环境卫生管理部门提出申请或由市容环境卫生管理部门征得产权人同意后，纳入统一的公开出让方案，并有市容环境卫生管理部门作为出让人委托重庆联合产权交易所公开出让。

第八条 重庆联合产权交易所应向社会公开征集意向受让人，意向受让人为两个及以上的，应当采用公开竞价的方式。

第九条 意向受让人为依法核准登记的具有户外广告经营资格的企业或个体经营者。意向受让人事前应当递交营业执照、法定代表人身份证明、授权委托书、银行出具的资信证明等有关资料。

第十条 主城区户外广告位经营权出让底价可以委托有评估资质的中介机构评估确定，也可以由委托方根据市场参考价格确定。

第十一条 户外广告位经营权公开出让按照下列程序进行：

（一）签订出让委托协议。市容环境卫生管理部门与重庆联合产权交易所签订《重庆市户外广告位经营权公开出让委托协议》，明确双方责任、义务和委托费用等。

（二）确定出让内容。市容环境卫生管理部门向重庆联合产权交易所提供经政府批准的户外广告位经营权公开出让方案，并确定每一处户外广告位经营权公开出让的具体要求。

（三）发布出让信息。重庆联合产权交易所公开发布由市容环境卫生管理部门提供的《出让公告》及相关附件材料。

（四）受让意向登记。符合条件的意向受让人应按照《出让公告》的要求，在信息发布要求的期限内办理报名登记手续。

（五）组织交易签约。信息发布期满，只产生一个符合条件意向受让人的，其即为受让人，成交价按挂牌价和报价孰高原则确定；产生两个及以上符合条件的意向受让人的，应组织公开竞价，报价最高者即为受让人。确定受让人后，由重庆联合产权交易所向受让人出具《成交确认书》。第十二条受让人应在受让成交5日内持《成交确认书》与市容环境卫生管理部门签订《户外广告位经营权出让合同》。《户外广告位经营权出让合同》作为户外广告设置审批的特别许可，不再进行单项设置审批。

《户外广告位经营权出让合同》作为户外广告发布审批的前置许可。

第十三条 受让人应按照出让方案要求委托3个以上具有相应资质的设计单位分别拟订户外广告设计方案，由出让人组织有关部门和专家对户外广告设计方案进行评审，确定户外广告设置方案。

第十四条 户外广告位经营权的有效期限一般为3年，最长不得超过5年。有效期限自签订《成交确认书》之日起60日后起算。户外广告位经营权使用届满后重新组织公开出让。

第十五条 受让人取得的户外广告位经营权需再次转让的，再次转让的受让人应当符合本办法规定的有关条件，并经原授予户外广告位经营权的市容环境卫生管理部门批准，按照规定办理变更手续，转让期限应当扣除已使用年限。第十六条因城市建设、管理需要收回经营期限未届满的户外广告位经营权，出让人应当按照合同约定使用年限的剩余年限比例退还价款及同期银行利息。

第十七条 所有户外广告位经营权出让收入，扣除公开出让成

本后，由政府 and 业主按3：7比例分配。政府取得的收入部分，纳入非税收入管理，专项用于户外广告位经营权公开出让、户外广告设置管理及其他市政设施建设管理工作。业主取得的收益应当按规定纳税。

第十八条 受让人提供虚假文件，采取行贿、恶意串通等非法手段骗取户外广告位经营权的，公开出让结果无效；给出让人造成损失的，应当依法承担赔偿责任；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第十九条 参与户外广告位经营权公开出让的工作人员应当严守纪律、秉公办事，对滥用职权、徇私舞弊、玩忽职守的，依法追究行政责任；构成犯罪的，依法追究刑事责任。 第二十条 本办法实施前已经按市政府批准的户外广告设置规划实施的和市政府已经授权或出让户外广告位经营权的，应在批准设置期限或授权、出让期限届满后按本办法进行公开出让。

第二十一条 本办法自20xx年12月1日起施行。

## 抖音主播签约合同篇九

甲方：

乙方：

一、甲方授权乙方为甲方在 省 市 县(区) 乡(镇\街道)唯一指定代理点，代理范围为民乐县 。未经甲方同意不得擅自变更经营范围区域和私自转让经营权。

二、本合同期限为一年，自20\_年 月 日至20\_年 月 日止，合同续签需提前一个月，否则视为自动终止。

三、乙方作为甲方授权代理点需向甲方交纳风险保证金元，

窗口开通费 元。(风险保证金合同期满可退回，窗口开通费不退)

四、在合同有效期内乙方如私自代理其他快递业务，甲方有权收回其经营权并罚乙方违约金 元。

五、乙方须提供有效身份证件给甲方备案，并保证有独立的经营场所。

六、乙方按照甲方指定的经营模式统一经营快递业务，对外独立经营，独立核算。自负盈亏，独自承担法律业务，同事接受甲方业务指导个监督。

七、乙方不得收递国家邮政法命令禁止邮寄物品：如爆炸物、仿真武器、刀具、\_、农药等。

八、乙方收件如(1)遇到发件途中物品短缺或丢失。乙方须积极和客户协商和赔偿。其结果可想甲方报告，后期赔偿将按甲方所在公司制度结果核定，如乙方不积极或没协商好导致客户投诉所产生罚费用由乙方承担。(2)乙方在收件过程中需做到100%验视。如不验视造成违禁品入职一切责任由乙方承担。

九、乙方派件延误、快件遗失造成的相关损失由乙方全部承担。

十、本协议一式两份，双方各执一份，具有同等法律效力，协议经双方签字后即日生效。

甲方(公章)：\_\_\_\_\_乙方(公章)：\_\_\_\_\_

法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日