

最新展会宣传活动方案 简单宣传合同(通用5篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

最新展会宣传活动方案 简单宣传合同优秀篇一

法定代表人：____住所：____

乙方(广告经营者)：____

法定代表人：____住所：____

(一)广告项目名称：____

(二)广告发布地点：____

(三)广告发布形式：____

(四)广告规格数量：____

(五)广告质量标准：____

(六)广告发布期限：

1. 共天，自____年____月____日至____年____月____日。

2. 实际发布起始日期推迟的，截止日期相应顺延。

3. 合同期满后，在同等条件下，甲方有优先续约权。

(一)合同总价款为：(大写)人民币(小写)____元整，此价款包含制作费、设置费、报批费、占地费、电费、保险费、维修费、撤除费用、税金，以及同本广告发布相关的其他所有费用。(合同价款是固定的，乙方无权以任何理由要求增加合同价格，如市场物价上涨，货币价格浮动，生活费用提高，工资的基限提高，调整税法及税务。此价款包含税款。)

(二)付款方式：本合同生效后，甲方预付合同总价款的20%款项给乙方。验收合格后，付至合同总价款的95%，剩余5%为质xx□质保期自广告经验收合格后至广告发布期限届满之日，待质保期满后甲方将质xx一次付清。

(三)乙方指定的收款账户如下：帐号：_____；

户名：_____；开户银行：_____。

(一)广告制作完工后，乙方应书面通知甲方验收，甲方接到验收通知书三日内组织验收，验收完毕后甲方签订确认文件。

最新展会宣传活动方案 简单宣传合同优秀篇二

乙方：

合作项目

一、甲方权责：

1. 甲方有权根据自身业务发展对各项活动费用进行调整（需要提前一个月通知乙方）。
2. 甲方负责提供乙方客户活动的场地。
3. 根据乙方课程要求，提供相应的服务。并确保服务质量。

二、乙方权责：

1. 乙方有权监督甲方工作人员接待客户时的服务态度及服务质量。
2. 乙方负责客户的开发工作，向客户提供活动方案并跟进。
3. 乙方每批来团人数达到30人可免1名乙方工作人员，乙方超额工作人员收取门票费。
5. 乙方负责客户在活动的人身意外伤害保险。

三、 确认程序及费用支付：

1. 乙方须提前3天以书面形式将来团事宣传真给甲方预订，甲方再以书面形式回传给乙方确认。甲方在国家法定休息日、旅游黄金周期间限量提供拓展活动服务，其他工作日正常服务。
2. 乙方凭甲方盖章回传的确认书在每次活动的当天团队入园时一次性向甲方结清当次活动的费用。
3. 乙方组团到乐园进行拓展活动时，按以下合作价格操作：
4. 鉴于甲方为户外拓展活动基地，故因不可抗力因素（包括天气）原因造成的影响，由乙方自行负责。

四、 客户管理：

乙方开发的客户由乙方进行管理与维护，费用由乙方自行承担。甲方不直接和乙方开发的客户商谈本协议合作方案的价格事宜。

五、 其它约定：

2、本协议一式二份，甲乙双方各执一份。有效期1年，自签订之日起，到期如果没有续签，本协议自动终止。

3、此协议在双方协商一致基础上共同制订，本协议未尽事宜，另行协商。

乙方：

地址：

地址：

电话：

电话：

传真：

传真：

代表签名、盖章：

代表签名、盖章：

日期：

日期：

最新展会宣传活动方案 简单宣传合同优秀篇三

供需双方本着平等互利，协商一致的原则，签订本合同，以资双方信守执行。

第一条：产品名称、规格、数量、价款

第二条：供方应提供的相关证件：《企业法人营业执照》、《全国工业产品生产许可证》、《中华人民共和国组织机构代码证》、《产品检验报告》。

第三条：交货期限、地点和方式：需方需提前一周提出计划，供方通过物流发货到该地，该运输费用由供方承担。

第六条：合同解除，当事人一方因不可抗力不能履行合同时，应当及时通知对方，并在合理期限内提供有关机构出具的证明，可以全部或部分免除该方当事人责任，直至解除合同。

第七条：1、供方违约责任：供方交货不足数量(特殊情况，如：运输途中毁损;供方因市场原因原材料供应不足)需提前通知需方;不合格产品质量或者霉烂等情况，经双方确认后，需方有权拒绝支付当批货款，但须先行办理收货手续，并代为保管并立即通知供方，因此所发生的一切费用及损失由供方负责。

2、购货

第八条：合同争议的解决方式，本合同项发生的争议，由当事人协商或申请协调解决，协商或调解不成的，按下列第 种方式解决。 人民法院起诉。 仲裁委员会仲裁。

第九条：本合同自双方签字盖章之日起生效，本合同 式 份，双方各持 份，具有同等法律效力，法律、法规、政策对食品安全另有规定，按其规定执行。

签订时间： 年 月 日

最新展会宣传活动方案 简单宣传合同优秀篇四

乙方：_____市_____营销策划广告有限公司

一、甲方在_____便利各连锁店门头或店外橱窗显著位置悬挂_____影视频道改版宣传条幅。

悬挂内容为：热烈祝贺_____影视频道五一全新改版。

悬挂时间为：_____年_____月_____日至_____年_____月_____日。

悬挂店面数量为：_____个。

二、双方议定的条幅悬挂分工方式为：

1、乙方负责条幅制作，并及时送至_____便利总部相关执行部门。

2、甲方负责在收到条幅五日内将条幅配送至各连锁店，并督促悬挂。

3、乙方于条幅送达三日后进行抽查，若有漏挂、悬挂质量问题，乙方有协助纠正的义务。

4、乙方负责条幅悬挂手续的审批，并向甲方提供手续复印件。

1、甲方在各连锁店内显著位置开辟影视便民宣传栏（各_____个）。

2、便民宣传栏的合作期限为_____年_____月_____日—_____年_____月_____日。

3、便民栏设计样稿由乙方提供，送甲方审核后由甲方安排安装。

四、乙方在山西影视频道恭祝节目中以整版字幕形式播出甲方店庆广告。

广告内容为：

播出时间为：____年____月____日—____月____日（共____天）。

播出次数：每日____次。

五、其它未尽事宜双方协商解决。

六、本协议一式两份，甲乙双方各执一份。

甲方： 乙方：

负责人： 负责人：

最新展会宣传活动方案 简单宣传合同优秀篇五

乙方：

第一部分 委托策划代理工作方式：

甲方委托乙方负责本项目前期策划、营销策划、广告策划、销售代理等工作。

第二部分 委托策划代理工作期限

委托期限由本合同签订生效之日起至本项目交付使用后 个月止。

第三部分 委托策划代理工作范围

甲方委托乙方策划代理之部分为本合同约定的全部商铺、住宅等可销售物业，可销售面积约为 平方米。

第四部分 甲方的责任与权利

一、甲方向乙方提供本项目所有相关证明文件及策划代理过程中所需的资料，并确保一切资料的及时性、有效性、合法性和准确性。

(一)各种广告推广、销售道具、建筑景观及户型效果图及有关销售资料的制作、派发及发布等费用。

(二)各类公关活动所需的展示场地(包括售楼部、展示会等)及有关设备的租用、布置、水电费、电话费等费用，以及视项目需要赴外地进行营销活动所需的费用。

(三)广告制作费：本项目的广告制作由甲方直接与制作公司签署合同，由甲方直接向制作方付款。

(四)广告发布费：本项目的广告发布由甲方与媒体单位直接签署发布合同，由甲方直接向发布方付款。

三、全案广告推广费用控制在本项目可销售总额的 %左右，分期投入。详细广告计划及费用由乙方分阶段提交，在征得甲方确认后执行。

四、甲方负责收取购房人的定金、购房款，负责合同的登记备案、银行按揭审批手续及办理产权。

五、甲方应按时向乙方支付本合同约定的策划代理费。

六、甲方有权对乙方的策划代理活动进行全程监控，对策划案享有独家使用权。

七、若乙方违约或不能按时完成本项目的策划代理工作，甲方有权按约终止合同。

第五部分 乙方的责任与权利

实际情况进行增减：

一、前期策划

(一) 市场调研

- 1、(某地区)房地产市场现状分析。
- 2、(某地区)主要路段商业状况。
- 3、消费型商业业态分析。
- 4、现有商城营运现状分析。
- 5、典型业态经营现状分析。
- 6、住宅市场情况。
- 7、潜在客户市场调查分析。

(二) 项目定位

- 1、项目所在地块的优劣势、机会点与威胁点分析。
- 2、项目产品定位。
- 3、项目概念定位
- 4、目标客户市场定位
- 5、项目定价范围建议

(三) 产品优化建议

- 1、参与项目总平规划讨论。
- 2、参与建筑风格方案讨论及建议。

3、参与户型平面方案讨论及建议。

4、参与配套设施方案讨论及建议。

二、营销策划

(一)项目营销总体策略；

(二)项目阶段性营销计划；

(三)入市时机选择；

(四)销售分期控制；

(五)价格定位及策略；

三、广告策划

(一)项目推广口号

(二)项目卖点整合包装

(三)整体广告计划

(四)广告预算及媒体组合

(五)项目形象策划

1、项目基本形象设计：

(1)标志

(2)标准字

(3)标准色彩

(4) 标准组合

2、项目标志形象应用设计：

(2) 销售中心：装修建议及展板设计；

(3) 户外应用：工地围墙、引导旗、车体、广告牌等

(六) 传播工具的创意与设计：

1、楼书创作(创意、文案、设计)

2、折页及海报创作(创意、文案、设计)

3、报广创作(创意、文案、设计)

4、广播、电视稿文案等

四、销售代理

(一) 建立销售队伍，依合同授权范围内执行销售行为；

(二) 销售文件及管理文件的制订；

(三) 销售道具使用；

(四) 销售人员培训；

(五) 制订销控计划；

(六) 销售执行的内部协调程序；

(七) 客户资源库的建立；

(八) 售后服务机制建立；

(九) 定期报送各项统计报表。

五、乙方针对本项目成立项目组，并实行项目经理负责制。项目各阶段策划、计划、文案、创意由乙方本部负责，项目经理主持本项目具体运作和计划实施。项目组人员构成：项目经理 名、策划 名、文案 名、平面设计 名、现场主管 名、档案管理专员 名、置业顾问 名。除策划、文案、平面设计外，其他人员长驻项目所在地，并根据项目需要，适时不定期另行派遣人员到 协助工作。乙方自行负责项目组的办公费用及其人员工资等各项开支。

七、乙方独家享有本项目的“ ” 策划代理的署名权。

八、乙方有权按本合同约定如期向甲方收取策划代理费。

第六部分 本项目正式开盘销售的基本条件

甲方取得本项目的预售许可证及相关法律文件，且整体销售准备工作已完成。

第七部分 策划代理收费标准及支付方式

一、策划代理收费标准

甲方同意乙方按本项目商铺、住宅等可销售总额的百分之（%）收取策划代理费。成交金额以客户签订的《商品房买卖合同》上的金额为准。除物业管理用房外，其它任何形式的销售成交都列入计算策划代理费的金额。

二、策划代理费计算及提取方式

(一) 在本合同签订后，甲方同意在每月 日先按人民币 元/月的标准预付给乙方，直至本项目开盘正式销售当月止，期间所产生的预付款从乙方第一期所提取的策划代理费中扣除。

(二) 本项目正式开盘销售后，乙方策划代理费按月结算。在购房者与甲方签订《商品房买卖合同》并支付定金，即视为乙方销售代理成功，并计入销售目标考核业绩。在甲方收到购房者支付的首期购房款(不低于合同总额的%)时，即可进行策划代理费的结算，其结算金额按《商品房买卖合同》总价金额进行计算。

1、乙方销售目标表(按可售面积计算，不含层商铺)：

阶段 时间 销售目标

第一阶段 项目开盘后 天内 可售面积的 %

第二阶段 项目结构封顶 天内 可售面积的 %

第三阶段 项目交付使用后 天内 可售面积的 %

2、乙方策划代理费的提取比例：

阶段 完成的销售面积比例 提取比例

第一阶段 可售面积的 %前 已结算策划代理佣金的 %

第二阶段 可售面积的 % 已结算策划代理佣金的 %

第三阶段 可售面积的 %以上 已结算策划代理佣金的 %

(四) 层商业部分不列入销售目标考核，甲方按实际销售合同金额的 %向乙方支付策划代理费。

(五) 策划代理费付款时间：策划代理费每月结算一次。在每月的 日，双方结算当月的款项，在次月的 日前双方予以确认，在确认结算单后 日内，甲方向乙方支付应付策划代理费。

(六) 若已交定金的客户违约，其定金由甲方没收，甲方应将

没收总额的 %作为乙方该次的策划代理费(同时不重复计算该次成交的按 %提取的策划代理佣金)。

三、溢价款(不含 层部分)的结算、分成比例、提取时间的约定

(一)甲方根据乙方提供的定价策略所制定的各期销售底价表,经甲、乙双方确认后未经对方同意不得更改,并作为计算溢价款的依据。

(二)本项目之成交金额须在双方确认的销售底价以上。若因特殊情况,甲方认可以低于底价出售,可视为底价销售,统计溢价部分时的销售金额以底价计算。

(三)本项目实际成交总额超出双方确认的以销售底价表计算的总额部分(合同期满或终止时未售部分的单元以底价表金额视为实际成交金额)视为溢价。

(四)本项目之溢价部分,甲、乙双方按 比例分配。

(五)溢价款的结算及支付时间:在本合同期满或终止的 个工作日内,双方进行溢价款的结算,在结算后的 个工作日内甲方将乙方应得溢价款一次性支付给乙方。

第八部分 双方工作原则

得变更,否则产生的责任由变更方负责。若需修改已确认的文件,需事先征得对方同意,并以书面形式确认。

二、甲方指定项目负责人为,乙方指定项目负责人为。甲、乙双方指令性文件均需项目负责人签字,双方负责人对递交的文件负责。双方项目负责人若有更改,需以书面形式通知对方。

三、乙方分阶段向甲方提交“项目工作计划”，“项目工作计划”将确定每一阶段的执行项目计划。甲方在规定的时间内对乙方提交之“项目工作计划”进行核准确认，并由本项目负责人签字后送交乙方。乙方依据甲方负责人签署的“项目工作计划”开展工作。

四、在委托期限内，甲、乙双方收到对方提供的意见及文件时，应在要求期限内就对方意见做出答复。若因对方未能在规定日期内提交书面答复，致使本项目工作产生延误，并造成实际损失，由责任方承担相应责任。

五、甲、乙双方对本项目的策划代理方案均负有对外保密责任。

第九部分 违约责任及合同终止

一、双方按本合同约定享受权利与承担义务，任何一方违约均要承担违约责任。

二、若甲方未按规定建筑标准、质量及交房日期将房屋交付使用，由此引起的法律责任由甲方自行承担，与乙方无关。

三、如因甲方与发布、制作单位产生纠纷而导致媒体发布及广告工具制作不能按计划完成，乙方不承担违约责任。

四、甲方在本合同期限内，不得委托其它公司或个人从事本项目的策划代理活动。

五、若因甲方原因导致乙方策划代理工作无法进行或完成，甲方应一次性支付人民币 元给乙方作为补偿金。若因乙方违约而导致本合同提前终止，乙方也一次性支付人民币 元给甲方作为补偿金。

六、甲方应如期按本合同规定的方式及时间付款，若甲方延

期支付策划费用超过 个工作日，甲方应按应付款额的每日万分之 的违约金支付给乙方。

七、在策划代理期间，若乙方连续两期未能完成预定的销售目标，甲方有权终止合同。

八、由于乙方在策划过程中因自身原因引起外界纠纷概由乙方负责。

九、合同期限内，乙方享有独占、排它的本项目广告媒体上的策划代理署名权。非经甲、乙双方许可，其它任何个人或单位不得冠以“策划代理”等有关或同类字样。

十、委托期的延续或终止在委托期限完结前 天内决定。

第十部分 其他事宜

一、在条件成熟时，本项目的总平面图、建材设备及配套设施表、工程进度表、销售底价表由双方加盖公章，作为本合同的附件。

二、争议的解决方式

本合同发生纠纷时，应由双方协商解决。若协商不成时，任何一方均可向合同标的物所在地法院提请诉讼解决。

三、本合同正文共8页，壹式肆份，双方各执贰份。其他未尽事宜另行协商，双方可签订补充协议，补充协议与本合同具备同等法律效力。

合同签署：

甲方： 乙方：

代表人签章： 代表人签章：

签约日期： 签约日期：

通讯地址： 通讯地址：

联系电话： 联系电话：

合同签署地： 合同签署地：