

2023年推广服务协议有法律效力吗(优质5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

2023年推广服务协议有法律效力吗(五篇)篇一

甲方：

乙方：

根据《_合同法》、《_广告法》及有关规定，甲乙双方经友好协商，就乙方向甲方提供企业推广服务一事，双方协商一致，特订立本合同。

1、服务范围：甲方聘请乙方为甲方企业推广服务团队，针对_____项目，组织结构规划，品牌整体策划运营，宣传推广运作，相关市场资源渠道共享，乙方对甲方企业所处的内外部环境进行深入的调查、研究，客观中立的审视，作出有前瞻性和建设性的计划方案，并且结合企业本身规划落实各项计划与方案。

2、服务要求：为了保证该项目的顺利进行，甲方应确定1名主要联系人，负责甲方和乙方项目日常工作的接洽与沟通。甲方应给予乙方决定的权利，与一定的支持，即乙方认为与本项目相关的企业资料知晓的权利，并可要求甲方配合提供有关资料。如甲方无法提供部分资料，应与乙方进行沟通，协商解决的办法。

3、推广方式：乙方以下列方式（包括但不限于）对甲方目标

项目进行推广。

(1) 信息收集：对目标项目的相关信息收集、汇总。

(2) 市场调研：对该项目的市场覆盖，市场占有率及竞争情况进行分析。

甲方的权利和义务

1、与乙方诚信合作，为乙方开展工作提供便利，向乙方提供与服务事项相关的情况和资料，并保证其真实、合法、有效。

2、如有关的情况和事实发生变化，应及时告知乙方。

3、对乙方提出的相关投入的建议给与支持（装修、服务、宣传推广、人员培训等有利于该项目良好发展的费用投入）。

4、甲方有权要求乙方确保足够的人力投入到甲方项目的推广服务中。

5、按照约定支付服务费。

乙方的权利和义务

1、乙方有权根据目标市场状况决定推广活动的形式。

2、乙方有义务定期报告该项目在目标市场的状况，对市场影响较大的事件应随时向甲方进行报告。

3、乙方不得进行与本项目存在竞争关系的相关推广服务，如乙方违反此规定，甲方有权提前终止合同，甲方因此而受到的经济损失由乙方承担。

4、乙方应当勤勉尽职，依法在合同约定范围内维护甲方的最大利益。

5、乙方在推广服务的过程中，必须严格遵守国家相关法律法规，如果乙方出现违反国家相关法律的情形，由乙方承担相应的法律责任。该行为给甲方造成损失的，还应补偿相应的损失。

1、本合同所涉及的费用包括一次性费用。其涉及的金额一律以人民币元为单位。

2、为了便于乙方尽快开展相关工作，本合同签字确定后，甲方即支付前三个月的初期推广服务费用_____元。初期推广结束后，每月底支付下个月的月度服务费用_____元。

1、合同有效期为_____个月。自甲方付款，并由乙方开通相关服务之日起生效。由乙方出具书面通知为准。

2、在合同到期时，双方如需要继续合作并对本合同无异议，则本合同自动顺延。如双方认为某些条款需要修改，届时双方另签合同。如果在合同期间或期满之后甲方需要乙方的其他服务，双方另签合同。

1、如果甲方逾期付款，逾期超过3个月，乙方可单方面终止合同，并向甲方追讨应支付费用。

2、甲方擅自变更或解除本合同，乙方有权不退还甲方已支付的费用，同时甲方需赔偿乙方因此造成的损失。乙方擅自变更或解除本合同，应退还已收取的费用，同时需赔偿甲方因此造成的损失。

3、乙方将在甲方了解到的情况或本项目的方案泄露给第三人，造成甲方损失，乙方应承担相应的赔偿责任。

4、未经甲方同意，乙方擅自将本合同中推广服务项目进行分包或转包的，甲方有权单方终止合同。

5、乙方对于其乙方对于其推广的创作概念，尤其是广告作品，必须保证没有侵犯他人的合法权益，并符合国家法律规定。如因此而产生纠纷，由乙方承担责任，并赔偿甲方因此而受到的损失。

6、由于一方不履行协议约定的义务，或严重违反本合同约定的义务，造成本合同无法履行或履行不必要时，视作违约方片面终止本合同，守约方除有权向违约方索赔外，并有权终止本合同。

1、甲乙双方在履行本合同中，都必须遵守《_广告法》及其他相关规定，甲方不得要求乙方在为甲方提供服务时做出违反法律和规定的行为。如甲方有上述行为，乙方有权拒绝执行，并不视为违约。

2、在履行本合同时，乙方对因第三方的过错而给甲方或者其他第三方造成的损失不负责任。乙方对通过甲方间接接受乙方服务的第三方的损失不负责任。

在合同执行期间如果双方发生争议，双方应友好协商解决。如果协商不成，双方同意提交_____仲裁委员会进行仲裁。

1、双方中的任何一方遭遇战争、火灾、台风、洪水、地震或其他被双方共同认为属于不能遇见且不能避免的情形，受不可抗力影响的一方，应尽快通知另一方，且在不可抗力结束后尽快向另一方提供有关机构出具的证明。

2、如遇到不可抗力的情形，本合同的期限将相应顺延或终止。遭受不可抗力的一方可免于向对方承担相应的违约责任。但甲方应对合同已经执行的部分支付乙方相关费用。本合同由于不可抗力而顺延的，顺延的时间由双方根据实际情况协商确定。

任何一方对在本合同履行过程中以任何方式获知的另一方商

业秘密或其他技术及经营信息均负有保密义务，并有义务尽快通知对方，并协助对方采取适当的补救措施，不得向任何第三方透露或泄露，但中国现行法律，法规另有规定或经另一方书面同意的除外。

本合同一式_____份，甲乙双方各执_____份。

本合同签订后，双方如需修改，经双方协商后，可以增加补充条款。

甲方（盖章）：_____

法定代表人（签字）：_____

签订地点：_____

_____年___月___日

乙方（盖章）：_____

法定代表人（签字）：_____

签订地点：_____

_____年___月___日

2023年推广服务协议有法律效力吗(五篇)篇二

乙方：_____

为了_____数码事业的发展，甲、乙双方本着双赢的原则共同建设_____数码系列产品的终端网络形象，共同打造“_____”数码行业一流品牌。

合理利用有限资源，进取开拓无限商机。

2.1、按乙方每月实际销售回款总额，给予_____%的比例作为乙方的地方性广告形象和促销费用。

2.2、甲方按乙方每月实际销售回款总额，免费供给必须比例的广告宣传品。

2.3、甲方免费供给“_____”的vi手册(vi光盘)予乙方，以作为乙方地方性形象建设的统一资料。

2.4、除本合同书规定外，甲方有权根据乙方终端市场建设的情景作相应的政策和决策，并要求乙方严格遵守。

2.5、甲方有权对地方性广告的终端形象和促销活动进行审核、审批及管理。

3.1、乙方享有向甲方提出书面申请，申请地方性广告媒体、终端形象和促销活动费用的权利。

3.2、乙方有义务垫付地方性广告媒体、终端形象制作和地方性促销活动的费用。

3.3、乙方务必按甲方的vi手册(vi光盘)上统一的商标、颜色、图形制作形象(如：门头、门柱、灯箱片、灯箱布等)，不得擅自更改。

3.4、乙方务必对自我区域范围内的“_____”终端形象进行管理。

3.4.1、制作给予二级代理商(经销商)的形象(如：门头、门柱、灯箱片、灯箱布等)务必保证展示时光达壹年以上。

3.4.2、海报的展示时光务必达两个月以上。

3.4.3、乙方不得将任何品牌的广告品布置在甲方的展柜或展

架上，也不得将任何品牌的产品摆放在甲方的展示柜内(上)或展架上。若有违反者，经甲方查实将重新审核对其广告宣传品的发放，并要求其作出书面检讨。

3.4.4、若乙方不管理或管理不善造成甲方终端形象损坏，经甲方查实，将从其信誉保证金中扣除相应的制作费用。

4.1、乙方在制作形象(如：门头、门柱、灯箱片、灯箱布、展示柜等)或做促销活动前，务必向甲方提出书面申请(参见申请表)，经甲方相关部门审核和审批后方可实施。

4.2、乙方在提交申请促销活动申请表的同时，务必附带本次活动的效果预测报告，否则，甲方有权不予审核和审批。

4.3、乙方在提交申请形象制作申请的同时，务必附带形象发布位置的相关平面图和周边的建筑物及街道。否则，甲方有权不予审核和审批。

4.4、乙方在提交申请广告媒体(如：电视台、报刊等)申请表的同时，务必出示电视台的相关收视率或出示报刊的发行量及覆盖率，否则，甲方有权不予审核和审批。

5.1、乙方务必出示形象制作(如：门头、门柱、灯箱片、灯箱布，展柜等)的照片(照片背面须注明形象的发布地点、地址、负责人、电话、日期)和发票原件(开票单位为：深圳市_____电子实业有限公司)。若未出示者，甲方有权不予报销。

5.2、乙方务必出示促销活动现场的照片(照片背面须注明活动的地点、地址、负责人、电话、日期)和本次促销活动的总结报告、促销品样品及发票原件(开票单位为：深圳市_____电子实业有限公司)。若未出示者，甲方有权不予报销。

5.3、乙方务必出示与广告媒体(如：电视台、报社、广告公司)签定的合同、广告片、报刊的原稿及发票原件(开票单位为：深圳市_____电子实业有限公司)和总结报告。若未出示者，甲方有权不予报销。

6.1、一个季度报销一次，第二季度第一个月的一至十日为结算日。

6.2、甲方用等额的货款冲抵乙方垫付的广告和促销活动费用。

合同书一式两份，甲、乙双方各存档一份，双方签字盖章并执行。

注：本广告投放合同仅针对_____数码产品，原vcd产品不计在内。

2023年推广服务协议有法律效力吗(五篇)篇三

受委托人（乙方□□xx有限公司

根据《^v^□合同法》以及国家有关法律、法规的规定，甲、乙双方在平等、自愿、等价有偿、公平、诚实信用的基础上，经友好协商，就甲方委托乙方对 进行品牌运营托管事宜达成一致意见，特签订本合同，以资信守。

一、服务内容：以提升业绩为目的的运营管理咨询

1、本项目服务期限：自 年月 日起至年 月 日止。

2、本合同自签字之日起生效，至服务结束并款项结清失效；由于不可抗力因素使合同无法履行时，双方应及时协商解决。

3、续签：双方于本合同服务期限结束前二个月协商是否续签，续签合同另行签订。

一、甲方的权利义务

- 1、甲方应保证其经营合法性、同时向乙方提供运营相关的合法文件复印件，以及甲方的相关真实的运营数据以供乙方做出更精准的市场分析。
- 2、按照本合同的约定向乙方支付营销策划顾问服务费。
- 3、甲方同意在项目的各种宣传媒体、资料及现场包装物料上印上乙方“***餐饮管理顾问”字样。
- 4、甲方指定 对接人员，此人员有权审核、批准（或不批准）乙方提交的营销策划方案以及其他本合同约定的文件。
- 5、甲方安排专人按时提交门店每天的运营数据给乙方。
- 6、甲方指定人员有义务参与管理乙方的任何合法合理的运营管理事项的执行，并对所有事项执行的结果负责。
7. 甲方需自行承担门店本身运营产生的一切费用。
8. 甲方需对乙方提供的任何策划运营方案以及相关商业信息绝对保密。

二、乙方权利义务

1. 乙方以提升品牌形象、营业额为目的，对甲方的运营团队进行培养培训和优化。
2. 乙方根据市场需求，制定或更新优化市场推广方案以及相关运营推广信息资料。
3. 乙方以控制成本为目的，对甲方的运营流程进行梳理优化。
- 4、乙方设计策划人员的招聘、工资、奖金、福利、保险、办

公经费、以及其它待遇等由乙方自行承担。

5、服务期间乙方指定负责与甲方相关负责人保持良好的沟通。

6、乙方对本项目的各种营销策划方案、措施等需经甲方书面确认方可实施。

7、乙方须及时完善、调整、补充甲方要求修改的营销方案、专案项目执行方案等。

8、本合同未明确，但是属于与营销顾问服务相关的工作（非本合同服务内容内的工作），在不影响合同执行的前提下，乙方应予以配合。

9、本合同服务内容不包括项目所需物料（如产品画册等）的vi设计类、电视广告制作类，如需服务，甲方需另行支付相关服务费用。

2023年推广服务协议有法律效力吗(五篇)篇四

甲方（委托人）：

联系地址：

联系电话：

乙方（居间人）：

联系地址：

联系电话：

1、乙方接受甲方委托，负责就收购成都xx□以下简称公司）100%股份，引荐甲方和公司单位直接洽谈，向甲方提供

公司的重要信息，并最终促成甲方与公司签订股份转让协议。

2、“居间成功”是指完成本条所列全部委托事项。甲方与公司单位未签订书面的股份转让居间服务费合同，视为委托事项未完成。

1、乙方必须向甲方提供有关公司的有关信息，内容包括但不限于公司的工商营业执照复印件、现有主要资产情况（主要资产有：）、股份转让价格为元，大写：元等。乙方有义务协助甲方对公司进行实地考察。

2、乙方承诺向甲方提供的关于公司的.上述信息真实可靠。如果乙方提供的信息不真实，乙方无权取得居间报酬。

3、乙方向甲方提供的营业执照复印件、现有主要资产情况，必须完全能够成为甲方与公司单位所签订股份转让的组成部分。否则视为乙方没有完成委托事项，无权取得居间报酬。

4、乙方应保证公司及其主要资产情况真实可靠、各种手续齐全。否则，视为乙方提供信息不真实，按照本居间服务费合同第二条第2款执行。

5、乙方在甲方与公司单位进行居间服务费合同谈判期间，应尽到作为居间人的谨慎和诚实义务。促成公司将100%股份转让给甲方。

1、甲方负责提供资质证书、营业执照等相关资料；负责和公司单位进行居间服务费合同谈判。

2、如果居间成功，则由甲方全面履行和公司单位所签订的股份转让居间服务费合同。甲方因履行股份转让居间服务费合同而产生的权利和义务，与乙方无关。

3、如果居间成功，则甲方应按本居间服务费合同约定，向乙

方支付居间报酬。

1、本项目居间报酬为万元。

3、在甲方向乙方支付居间报酬万元之日起，20个工作日内，乙方没有促成甲方与公司签订股份转让协议，视为乙方居间不成功，乙方应将居间报酬万元退还甲方。

4、甲方可以转帐或现金的方式存入或者转让乙方名义开设的甲乙双方共管账户。双方约定：甲方负责保管账户的法人专用章，乙方负责保管财务专用章。在甲方保管印章期间，甲方不得将印章用于其他任何活动；在乙方未完成居间任务之前，乙方不得对法人专用章进行挂失处理。

5、乙方在甲方将前述款项存入或转入以乙方名义开设的甲乙双方共管账户后，应当为甲方出具收条；乙方完成居间任务，实际取得居间报酬后，须向甲方开具有效的税务发票，相关的所得税由乙方自行承担。

居间报酬是指乙方为完成委托事项实际支出的必要费用。乙方无论是否完成本居间服务费合同所包含的委托事项，乙方同意全部自行承担居间活动费用。

1、如果甲方与公司在本居间服务费合同委托期内，未能达成股份转让协议，没有征得居间方的书面同意，甲方不应再与公司进行协商并签订股份转让协议，否则居间方有权请求甲方按本居间服务费合同第四条支付居间报酬。

2、如果甲方以相关企业或在四川当地成立的子公司及一切转投资公司的名义与公司签订股份转让居间服务费合同，居间方有权请求甲方按本居间服务费合同第四条支付居间报酬。

3、本居间服务费合同的有效期（委托期）为20个工作日（自甲方将居间报酬转入乙方账户之日起计算）。居间方在此期

间必须积极推动公司与甲方进行实质性洽谈，并协助甲方和公司达成实质性成交居间服务费合同。

1. 当事人就解除居间服务费合同协商一致；
2. 因不可抗力致使不能实现居间服务费合同目的；
4. 当事人一方迟延履行主要义务，经催告后在合理期限内仍未履行；
5. 当事人一方迟延履行义务或者有其他违约行为致使不能实现居间服务费合同目的。

1、本居间服务费合同签字生效后，在甲方向乙方支付居间报酬万元之日起，20个工作日内，乙方仍未完成居间任务促成甲方与公司签订股份转让协议的，本居间服务费合同自动终止。

2、如果居间成功，本居间服务费合同完全履行完毕后终止。

3、甲乙双方协议解除居间服务费合同或有其他法定事项时，本居间服务费合同终止。

如发生居间服务费合同争议，双方协商解决；协商不成，双方同意提交居间服务费合同签订地法院处理。

1、甲乙双方均应充分保守本协议所涉及的商业秘密。

2、乙方不得以其在居间过程中获取的甲方商业秘密而作出任何不利于甲方的任何行为，否则甲方有权拒绝支付乙方的居间报酬。

1、乙方不得将本居间服务费合同委托事项进行转委托。

2、本居间服务费合同一式贰份，双方各持一份，双方签字盖章后生效。

甲方：（盖章）： 乙方（盖章）：

法定代表人或委托代理人： 法定代表人或委托代理人：

2023年推广服务协议有法律效力吗(五篇)篇五

品牌推广协议书 甲方： 乙方： 甲乙双方经友好协商，本着平等，自愿，诚实，共同发展的原则，推动双方的繁荣与发展，就双方的品牌推广达成如下协议，本协议是甲乙双方进行品牌推广及购销活动的原则性协议： 一. 产品规范的界定：甲方销售给乙方特定数码相机（型号：_____）及其它数码类产品将全部使用英文为“ ” 中文为“乐美康”的品牌。

二. 销售区域的界定： 1. 甲方指定乙方为其特定产品（参见第一点）在中国大陆的唯一经销商（渠道指传统通路，大卖场it渠道，直销渠道，礼品渠道，甲方销售给乙方的产品外观，除下列情形外，不得以任何形式再在中国大陆出售给第二家经销。 2. 甲方仅限于以lumicron品牌以外，并得以oem/odm的形式，更换本产品外观的情况，在中国大陆销售给第三方。

3. 未经甲方书面同意，乙方不得将本约产品（参见第一点）直接或间接于中国大陆以外之国家或区域销售。 三. 甲方的权利及义务： 1. 甲方拥有英文为“lumicron”中文为“乐美康”品牌的商标产权及甲乙双方因行销推广商品之文宣著作权。

4. 甲方有责任向乙方提供售前的技术培训服务支持。 5. 售后服务由甲方指定下属工厂全责处理。

6. 甲方有责任协助乙方推广市场，并保持本品牌在市场上的竞争力。市场零售价由双方协商定价，若双方产生分歧以甲方决定为准。

7. 如遇市场竞争甲方对乙方所购的产品有责任提供价格保护，单品最高价保数量不超过单品总进货量的30%或单品价保总量不超过2000pcs（以二者较低者为准），价保补偿金额由甲方从乙方的下次订单中补偿。如遇双方对价保补偿金额协商不成，则甲方有权对享受价保的数量选择退货。

但如产品外观已有损坏，乙方不得要求价格保护或退货。 四. 乙方的权利及义务： 1. 乙方有责任利用现有资源并全力开拓新渠道来推广此品牌。

2. 乙方在协议有效期内不得再代理或销售与甲方技术规格相同的数码类产品，乙方对台湾品牌的数码相机仅限于经销“lumicron”品牌。 3. 乙方可以“lumicron”及“乐美康”中国总经销的名义进行广告及促销活动，期间不得损害甲方的名誉。

4. 对于单纯为新品促销而宣传的费用由乙方在市场利润中贴补。（不明确？） 5. 乙方每周二提供库存报表及每月10日前提供下月订单及3个月预估销量表报甲方，以便甲方组织货源和审核价格保护。

如未按时报给甲方则甲方有权取消价格保护或终止或解除契约。 6. 未经甲方书面同意，乙方或其关系企业不得在任何国家直接或间接申请注册与“lumicron”及“乐美康”外观近似或读音、观念相同或类似之中英文商标。

7. 于本协议书有效期间及本协议书终止后二年内，乙方在未经甲方书面同意前，就甲方产品之成本价格、零售价格、技术规格、本协议书内容等与本协议书相关之数据，不得泄露予任何第三人。 五. 购销原则： 1. 乙方提供必要的资金质押保证，根据2005年度最低销售目标为亿，暂定质押总额3000万台币（其中股票和本票各占一半）。

甲乙双方每年检讨一次质押金额及销售目标，甲方视交易金

额成长得提高质押额度，乙方应将质押物统一质押予甲方或甲方指定之人。在年度目标的销售范围内甲方不得以任何借口停止向乙方供货（除乙方应到期的货款未付及乙方未提供双方约定之资金质押保证二点除外）。

2. 为加大乙方的推广力度，甲方每个新机种上市时需由乙方500台作为铺底。考虑到甲方的实际操作难度，乙方同意用货到90天的开单的方式处理。

乙方在支付此机种尾数500台应付帐款时可选择退货或经双方协商同意降价处理。降价部分即甲方对乙方的价保金额支付办法参见第三条第7点。

3. 乙方用货到60天t/t付款的方式开单处理。 六. 售后服务：由乙方负责收集市场上所产生的不良品，由甲方负责售后服务修理。

具体分三个阶段进行。 1. 第一阶段：对渠道的所有售后服务全部采用换货的方式，必须在第一时间解决渠道的销售服务问题（2005年2月底之前）。

2004年12月开始在上海设立维修站。 2. 第二阶段：在全国部分重点区域北京、南京、成都、重庆、西安等重要区域设立维修站（2005年6月底之前，如有需要设置除此以外重要区域维修站，双方再议）。

3. 第三阶段：在全国所有的省会城市建立维修站（2005年12月底之前）。具体办法另议。

七. 协议期限： 协议有效期为完成质押程序日起（生效日）至2009年12月31日止。 八. 协议的变更及解除： 1. 在有下列情况时，可以变更、终止或解除协议： （1）经双方。