

# 班主任节发言稿谈感想 班主任发言稿(精选5篇)

合同内容应包括劳动双方的基本信息、工作内容与职责、工作时间与休假、薪酬与福利、劳动保护与安全等方面的内容。那么一般合同是怎么起草的呢？下面是小编给大家带来的合同的范文模板，希望能够帮到你哟！

## 最新广告印刷合同 广告公司印刷张贴合同书优质篇一

为保证本公司在国家法律法规规定的范围内进行正常的经济活动，加强自身管理，树立良好的公司形象，根据《广告法》的规定，制定以下四项制度。

### 一、广告业务承接登记制度

公司对承接的广告业务应先指定专人负责登记，并根据广告的内容和广告客户提出的宣传要求，按照广告法第二十四条、第三十四条规定，收取以下广告证明。

- 1、营业执照以及其他生产、经营资格的证明文件。
- 2、质量检验机构对广告中有关商品质量内容出具的证明文件。
- 3、确认广告内容真实性的其他证明文件。
- 4、法律、行政法规规定的应当进行审查的广告，应提供广告审查机关批准文件。

没有提交广告证明的，公司登记员须向广告客户索要。

### 二、广告业务审核制度

登记并收取了广告证明之后，由公司审查人员进行审查。根据《广告法》第二十七条规定，查验有关证明文件，核实广告内容，广告审查人员要把广告内容、广告证明和广告管理法规进行对照和全面审查。

广告审查的内容：

1、审查广告客户的主体资格是否合法。内容是否符合《广告法》第二十二条规定，广告客户是否真实合法的组织。

2、审查广告是否真实。

依据《广告法》第三条、第四条规定，应注意审查以下几个方面内容：

(1) 广告的语言文字要真实，画面表现也要真实，广告构思符合客观事实。

(2) 注意广告中是否有虚构或隐瞒事实真相，夸大宣传。

(3) 广告内容不得使消费者产生误解，以致误导消费。

3、审查广告的合法性。注意广告内容和广告表现形式是否合法。

(1) 审查广告中是否有广告管理法规规定禁止出现的内容，也就是广告中是否有涉及到《广告法》第七条、第八条、第十四条、第十七条、第十九条、第三十二条等规定中禁止出现的情形。

(2) 审查广告宣传的表现形式是否合法，根据《广告法》第十三条规定，不得以新闻报导形式发布广告。

(3) 审查承揽的广告是否是规定禁止使用的媒介，是否违反《广告法》中第十八条规定。

(4) 审查广告是否违反其它法律、法规规定。在审查时，有疑问的，审查人员应主动向广告监督部门征求意见，了解有关规定。

(5) 审查人员审查后提出审查意见，交复查人员进行复查。

#### 4、复查。

广告负责人或广告复审人员对广告和广告证明复查，确认手续齐全的，由负责人签字，并指定专人负责，向工商管理部门办理有关广告的审批手续后，方可投入制作。确认手续不全的交由审查人员通知广告客户补充提交证明或不予承接。

### 三、广告合同管理制度

2、在签订广告合同中，必须做到认真细致，明确各方面的权利、义务。一方面是维护广告市场正常秩序的保证，另一方面也是保护当事人合法权益不受损害的必要措施。

3、广告合同管理人员必须认真做好如下广告合同的内容和种类：

内容：

- (1) 数量或质量。
- (2) 价款或酬金。
- (3) 履行的期限、地点、方式。
- (4) 违约责任。
- (5) 纠纷的解决方式。

种类：

- (1) 广告发布业务合同。
- (2) 广告制作合同。
- (3) 广告市场调查合同。
- (4) 广告代理协议书。

#### 四、广告档案管理制度

1、广告档案管理人员应有高度责任感，认真负责管理好广告档案。

- (1) 设计、制作、代理、发布的广告样件。
- (2) 广告合同。
- (3) 承接登记记录。
- (4) 全部有关证明文件和有其有效复制件。
- (5) 广告审查员和审查意见。
- (6) 在条件许可下争取建立发布效果及反馈的记录。
- (7) 其他与该广告有关的文件资料。

3、定期档案检查、清点、归纳、妥善保管，方便查阅。

4、广告档案资料保存时间一般自广告最后发布之日起保存两年。

#### 五、广告公司业务部管理制度

1、考勤：业务人员遵守公司统一作息时间外，只需早晚签到

即可。

2、用人：公司更注重业务人员的德行品质，之后是业务人员的才干学识并给业务人员最大的发展空间，使其发挥自身的优势。

3、要求：因业务工作具有特殊性，公司要求业务人员能够吃苦耐劳、富有自信、勤奋果敢、勇于挑战自我。

4、培训：业务人员上岗后都要经过公司系统的培训，使其熟知公司的经营理念，同时对公司的业务能够做出准确的市场定位，以此为基础更好的开展业务工作。

5、试用：业务人员试用期为一个月，主要考察其自身的德行，看其是否具备业务人员的基本素质，是否有能力承担起所负工作职责。

6、仪表：业务人员出外拜访客户是代表公司形象，自身的衣着打扮必须要做到，着装整洁、举止大方、谈吐富有逻辑，客户留下良好的印象。

7、态度：业务人员每天都应以饱满的精神状态和积极向上的心态开展工作，不可把生活中的情绪带到工作中来，阻碍了自己也影响了他人，公司将对其严惩。同时，工作期间内业务人员手机必须开机，一经发现无法接通状态，罚款20元。

8、工作明确：业务人员在开展工作之前，必须明确公司业务的具体项目，通过对市场的分析，将其进行有效的结合，才能做到有的放矢，切不可盲目的开展工作。

9、工作计划：业务人员在工作时，应做到年有年计划、月有月计划、周有周计划、日有日计划，只有先计划再实施，才能有效的开展工作，借此提高工作效率。

10、出门登记：业务人员在出外拜访客户时，应依《规章制度》亲自如实的详细的填写出门登记。

11、业务报表：

（1）业务报表是考核业务人员工作的重要途径，每个工作日下班前业务人员应填写日报表，将一天的工作情况如实的详细的填写，并上报至部门经理或行政部经理备案；周报和月报亦如此。

（2）报表要求字迹工整、认真，不工整、不仔细的视为未交报表，一次罚款20元。

12、会议制度：业务部门设早晚例会，业务人员将一天的工作计划和总结汇报给经理，（如：拜访客户情况）将工作中的疑难问题提出，以待即使解决。早会不超过15分钟，晚会不超过30分钟。（特殊情况除外）

13、客户资料：在公司提供的客户资料的基础上，业务人员应积极搜集整理客户资料，并将意向客户及时上报部门经理，使公司在最短时间内拿出一套可行性方案，以大力配合业务人员工作开展。

14、客户洽谈：作为一名称职的业务人员应深知，业务技巧在洽谈客户时的重要性，在日常开展业务工作时，应总结归纳出一套适合自身的业务技巧。

15、客户维护：维护客户关系是业务工作开展中必不可少的一部分，业务人员在开展工作时应以各种恰当的方式维护好与客户之间的关系，以此促进与客户的关系。

16、业务申报：业务人员签单时应遵照公司的业务流程：填写业务申报表—报部门经理——设计部经理——报总经理审批——批准后方可设计发布。

17、业务合同：业务人员在同客户签署合同时，应在乙方法定代表人处签其身份证的名字，一式两份客户自留一份，公司备挡一份。

18、出差：业务需要出差时，应先报知部门经理，批准后填写《出差申报表》。（详情见《规章制度》）

19、考核：业务考核是业务管理制度重要的一部分，主要依据业务人员的考勤情况、业绩情况及日常的工作努力情况，对其进行公平的公正的审核。

20、薪酬：

（1）业务经理的薪金结构：底薪+提成+部门月纯利润的2%+补助+年终奖。

（2）业务人员的薪金结构：底薪+提成+奖金+补助+年终奖。

21、福利：业务人员享受国家法定节假日，如有业务需要可选择串休。

22、补助：由于业务工作的特殊性，业务人员享受公司各项补助共50元。

23、\_\_\_\_\_：公司为了\_\_\_\_\_业务人员，每个月特设立了“绩效奖”最底50元，可依据上月业绩总额上调，每个月业绩最高者，可荣获此奖。

24、惩罚：因为业务工作的自由性，有些业务人员自制力太差，总心存侥幸，借机回家或做些与工作无关的事情，此类人员一经发现，处以200元罚款，情节严重者将予以辞退，不予结算任何薪金。

25、建议：由于业务人员处于市场一线，对于市场有很深刻

的见解，所以在月总结会议上，业务人员应主动反映当前的市场情况。

26、\_\_\_\_\_：公司业务人员在工作期间不可在外\_\_\_\_\_，一经发现，立刻开除，不予结算任何薪金。

27、保密：业务人员在同公司以外人员谈话时，不可透漏公司业务实情，一经发现罚款200元公司。

## 最新广告印刷合同 广告公司印刷张贴合同书优质篇二

乙方：

### 一、合作事项

甲方委托乙方印制餐巾纸1万份、大（小）手提袋各1000个；

### 二、甲、乙双方的权利和义务：

#### 1. 甲方的权利和义务：

（1）甲方委托乙方设计，乙方负责设计、制作、印制；

（2）甲方定制\_\_\_\_\_规格尺寸：\_\_\_\_\_；

□3□□

□4□□

□5□□

#### 2、乙方的权利和义务：



(1) 乙方接受甲方委托负责\_\_\_\_\_的设计、制作、印制；

(5) 其它特殊说明：

餐巾纸单价：1.00元/张

手提袋单价，大：15.00元/个，小：8.00元/个

三、付款方式及期限：

甲、乙双方合同签订后，甲方在\_\_\_个工作日内一次性付款给乙方，付款金额为大写人民币\_\_\_\_\_元整。乙方收到甲方付款之日起开始进行设计、制作、印制，乙方保证在 30 个工作日印制完成并交货。

四、违约责任：

2. 由于乙方原因致使乙方承接的印制事宜不能按期完成，由此给甲方造成的损失则由乙方承担。

3. 除本合同约定情况外，任何一方擅自终止或解除本合同，则守约方有权要求违约方赔偿因终止或解除本合同而使守约方遭受的损失，该损失包括守约方所遭受的直接经济损失、因之向第三方承担的赔偿义务以及向国家司法或行政机关缴纳罚款、其它可期待利益损失以及为减少损失而支付的所有合理费用（包括合理的律师费用）。

五、本合同一式两份，自甲、乙双方签字盖章之日起生效。

六、本合同有关的一切争议，双方当事人应通过友好协商方式解决。如果协商未成，双方同意向仲裁委员会提交仲裁并接受其仲裁规则。

甲方（公章）： 乙方（公章）：

代表人： 代表人：

时间： 时间：

## 最新广告印刷合同 广告公司印刷张贴合同书优质篇三

乙方（委托印刷方）： \_\_\_\_\_

### 一、产品要求

产品名称： \_\_\_\_\_

产品数量： \_\_\_\_\_

交货日期： \_\_\_\_\_

成品尺寸： \_\_\_\_\_

色数： \_\_\_\_\_

纸张名称： \_\_\_\_\_

用纸数量： \_\_\_\_\_

报价： \_\_\_\_\_

复膜： \_\_\_\_\_

装订： \_\_\_\_\_

备注： \_\_\_\_\_

二、所印刷产品须符合卫生、工商管理标准、

五、交货方式：由甲方免费送货到乙方、

六、如遇人力不可抗拒的现象，须推迟交货时间\_\_\_\_天、

七、本合同一式二份，甲、乙双方各执一份，自签定后生效、

甲方单位名称： \_\_\_\_\_

乙方单位名称： \_\_\_\_\_

甲方单位地址： \_\_\_\_\_

乙方单位地址： \_\_\_\_\_

委托代理人： \_\_\_\_\_

委托代理人： \_\_\_\_\_

\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 最新广告印刷合同 广告公司印刷张贴合同书优质篇四

住址：

法定代表人：

联系电话：

传真：

乙方：

住址：

法定代表人：

联系电话：

传真：

## 一、广告服务

1、根据甲方要求，乙方为甲方的\_\_\_\_\_产品（品牌/服务）在\_\_\_\_\_地区提供广告服务，包括策略运筹，创作和制作，媒介策划及购买。

2、如有需要，甲方将要求乙方负责其他辅助\_\_\_\_\_，例如公关推广，促销执行和市场研究。

3、此等服务将根据相关法律，法令和有关条例规定进行。

## 二、期限

1、本协议由\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日起开始生效。

2、在此期间（即正式解除合约前\_\_\_\_\_天）乙方将继续收取应有的策划管理费（列于\_\_\_\_\_细则内）。

## 三、独家代理

在未取得甲方书面同意前，乙方不得在协议有效期内作为其他同类竞争公司产品的广告代理商。

## 四、机密

乙方同意将所有甲方提供之资料及数据保密，未经甲方书面同意，不得泄露机密资料于第三者。

## 五、服务业务详述

### 1、策略部分的主要服务包括

(1) 市场咨询分析报告（每月）——对相关简报资料进行总结和分析，形成关于甲方产品类别的市场咨询报告。

(2) 竞争广告创意分析（每月）——对甲方相关产品类别中竞争品牌广告进行跟踪和分析，提供广告样片、样稿及分析报告。

(3) 竞争广告媒介分析（每月）——对竞争对手在电视和平面主流媒体内的广告花费（根据投放报告和估计单价计算）进行汇总，并提供竞争产品媒介策略的分析报告。

(4) 零售市场访查（每季度）——对产品的主要零售市场进行定期访问，了解产品及竞争对手在销售终端的状况，并形成分析报告提交客户。

(5) 市场资讯分析（每半年）——利用乙方拥有的市场和消费调研资讯，对甲方业务的相关议题进行分析，并提出策略建议。

(6) 品牌策略建议书（每年）——综合对市场、消费者和品牌现状的了解，利用乙方品牌策划工具，提出全面品牌策略建议，并通过与客户的沟通不断完善，直至双方认可。

(7) 产品策略建议书（每年）——从品牌策略出发，对产品所属的具体市场进行深度分析，达到产品层面的策略建议，与客户形成共识。

(8) 广告传播策略和实施建议书（每年）——基于即定的品牌和产品策略，全面制定广告传播和推广策略，以及广告传播和推广活动的总体安排，形成具实战意义的建议。

(9) 战术性活动建议书（每年）——根据市场需要和甲方需要提交促销、公关推广等活动的建议，特别是整体行销方面的“新点子”，并尽可能协助甲方进行活动的实施。

## 2、市场调研部分主要包括

(1) 调研建议书——根据甲方市场需求，进行调研总体构想和策划。

(2) 调研公司推荐——根据甲方调研项目和具体要求，利用乙方实际经验，甄选适当的调研公司，与其联络沟通，并对其调研计划进行评估，为甲方做出推荐。

(3) 调研监督——在调研的操作环节中，对调研公司工作做出指导和监督，协助甲方保证调研按计划实施。

(4) 调研结果分析——对调研公司的调研结果报告进行客观的再分析，并进一步建议调研结果的运用。

## 3、创意部分的主要服务包括

(1) 创意策略提案——根据品牌策略和竞争状况，提交创意策略和概念。

(2) 创意工作指令——根据同意的创意概念，起草供创意人员遵循的工作指令，与甲方确认后即启动创意工作。

(3) 广告片——根据创意工作指令，发展电视广告片，向甲方提案。

(4) 平面设计——对平面广告和推广用品，根据工作指导令发展设计草图，向甲方提案。

(5) 广播广告脚本——发展广播广告脚本及参考音乐音效资料，向甲方提案。

(6) 创意测试——在需要的情况下，协助甲方进行创意测试调研，对调研结果分析，并对创意进行修正。

#### 4、制作部分包括

(1) 广告制作——电视、平面、广播等广告的制作。

(2) 其他推广品的制作——按甲方确认的创意进行其他推广用品的制作。

(3) 广告播出物料制作——根据媒体要求，制作和发送广告拨出所需的拨出带和刊出成片。

(4) 杂项工作——在乙方业务范围内的其他活动的计划实施、物料的设计、制作、采购等。

#### 5、媒介部分的主要服务包括

(2) 市场优良排序分析——根据甲方提供和乙方内部资料，对“市场营销分配比”和“市场潜力分布”进行研究，排定市场排序，决定媒介资源的地域性分析。

(3) 最佳媒介量度设定——通过有效频率进行测定，并进一步界定在每一市场所需的最优化广告到达率和总收视点水平，从而决定广告投放量的多少。

(4) 媒体总计划——确定媒介策略，包括目标受众、媒体选择和分布、媒介量度目标、广告战役媒介流程、预算建议和分布等。

(5) 收视成本和效益分析——对给定目标对象的收视成本进行分析，确定最具效益的投资方式。

(6) 媒介最优化排期——使用权威收视率资料进行广告投放最优化排期组合和分析。

(7) 媒介月排表——根据最优化组合提供每月广告投放排期表。

(8) 媒介定位——根据甲方确认的排期进行定位，向媒体争取最大折扣，如实退还给甲方，并安排向媒介付款。

(9) 媒介机会——根据媒介品牌策略，主要搜寻媒体机会，并通过评估向甲方做出推荐。

(10) 检测服务（每月）——对甲方委托乙方投放的广告播出情况进行检测，并投放检测报告，即时发现播放和刊出的误差，并向媒体进行追缴，使甲方获得补偿。

(11) 投放后效果分析（每月）——对每一阶段的电视广告投放，利用检测到的播出情况，与计划设定的效果进行对照，总结投放中的经验，用于之后的操作。

## 6、综合推广

(1) 推广方案建议——根据品牌产品策略和整体广告推广计划，利用乙方的相关经验和专长，为甲方提供公关、促销、直效行销、公共事务等方面的整合策略和方案。

(2) 推广活动根据甲方和乙方在地区的执行能力，由乙方负责一部分综合推广项目的运作，或为甲方提供创意、设计和实施方面的支援。

六、\_\_\_\_\_

方案a（长程合作）

1、策划管理费——自本合同签署之日起，乙方每月向甲方收取人民币\_\_\_\_\_元整，涵盖乙方提供的策略、创意方面的服务，甲方于本合同签订之日起\_\_\_\_\_天内向乙方预付两个月



策划管理费，即\_\_\_\_\_元整，并从次月开始每月支付上月策划管理费。

2、制作及杂项代理费——涵盖制作人员提供的制作和其他杂项服务。收取制作费及杂项工作实际外付成本的\_\_\_\_\_%作为代理费，甲方同意于实际执行时一并支付。

3、媒介代理费——涵盖媒介策划及购买的服务，其中媒介花费毛额的\_\_\_\_\_%为媒介计划的代理费，媒介花费毛额的\_\_\_\_\_%为媒介购买的代理费甲方同意于媒介购买时一并支付。

4、其他\_\_\_\_\_——综合推广方面及其他一些特殊项目的\_\_\_\_\_视情况而定，原则上乙方收取外付成本的\_\_\_\_\_%作为工作报酬，甲方同意于实际执行时一并支付。

方案b(个案合作)

1、策划管理费——策略部分\_\_\_\_\_万元起。市场研究部分\_\_\_\_\_万元起。创意部分\_\_\_\_\_万元起。媒介计划部分\_\_\_\_\_万元起。

2、其他同上。

七、其他业务原则

1、\_\_\_\_\_制度有效期为一年，之后双方可根据运做情况和业务需要进行必要的调整。

2、乙方在实际费用发生前，须将报价或媒介排期表提交甲方，获得甲方书面认可后方可执行。

3、以上\_\_\_\_\_制度应保持透明度，在涉及外付费用的情况下，甲方保留查阅外付款项单据的权利。

4、乙方与媒体争取到的折扣、优惠，应全部归还给甲方。

5、甲方如委托乙方从事媒介购买，需在签署媒介排期表之后向乙方预付购买涉及的款项，以保证乙方有效的定位购买。

6、如遇大型制作工作（如电视广告片制作），在制作单位要求预付定金的情况下，甲方应按要求的比率提前将定金付给乙方。

7、在乙方已进行工作后，如甲方需要取消任何制作或媒介计划，乙方将所发生的费用或开支连同代理费及税金向甲方收取。

## 八、付款

1、甲方同意倘若预期付账给乙方，按银行规定按日支付滞纳金，过期\_\_\_\_\_天后，双倍支付滞纳金。

2、甲方同意媒介播出表或报价单必须在工作进行前批核，而款项也必须在媒介定位或制作前支付。

3、有关媒介预付款项，当广告播出后，乙方将原来发票与刊登及播出证明核对，如有多收部分，乙方将会向甲方重新开发票与原发票更换或由次月发票中扣除差额部分，并退回次月媒介款项中扣除差额部分。

## 九、解除和约

1、本协议解除后，乙方须将所有已向甲方收取或制作的用品，以及所有代甲方订立的合同，交回甲方或指定代表。

2、如双方合作出现商谈无法解决的纠纷而必须通过法律手段解决时，双方将按《\_\_\_\_\_》的规定进行处理，\_\_\_\_\_单位为\_\_\_\_\_委员会。

十、以上协议一式\_\_\_\_\_份，双方各执\_\_\_\_\_份，经双方签字盖章后生效。

法定代表人签字：

乙方：

法定代表人签字：

## 最新广告印刷合同 广告公司印刷张贴合同书优质篇五

广告经营者名称(以下称乙方)：

甲乙双方根据目前媒体实际情况及《中华人民共和国合同法》、《中华人民共和国广告法》及有关规定，签订本合同，并共同遵守。

一、 广告项目名称：

二、 广告设置地点：

三、 广告规格/数量：

四、 发布期限：自200 年 月 日 至 200 年 月 日止。

五、 广告制作完工时限：签订合同收到甲方预付款后十五个工作日内。

六、 完工验收：

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 7天内组织验收完毕，逾期视为验收合格。验收标准为甲方签署的设计稿件、喷绘小样。

## 七、 广告版面、结构图纸设计：

双方商定广告版面采取下列第 种方式提供；

1. 签约时甲方提供广告版面设计光盘一式 壹 份。
2. 乙方按甲方意图设计，经由甲方认可。

八、 合同价款(不含版面设计费)：(大写)人民币 万圆整(壹年)

(以上价格含 制作费、场地费、发布费、电费、维修费、政府审批费用等)。

## 九、 付款方式：

1. 合同签订时，甲方支付人民币 元(计 元)的定金。
2. 广告发布后经验收合格一个周内,甲方付清第一年年款，人民币 万元(计 元)。

## 十、 甲方权利与义务：

1. 向乙方提供广告发布审批所需的资料，并保证其资料的真实性、合法性;并承担相应法律责任。甲方提供资料不及时、不完整所耽误的时间计入发布期。
2. 监督乙方广告制作的质量和施工进度。
3. 发布期间督促乙方修复破损部位，更换损坏材料、修复损坏灯具。
4. 协助乙方做好与有关部门的协调工作。
5. 按合同规定及时付清款项。

## 十一、 乙方权利与义务：

1. 依法审查甲方提供发布广告所需的材料，并承担审查责任。
2. 依法办理广告审批手续。
3. 甲方未按时付款又拒付违约金的，可停止发布。
4. 严格按照双方商定设计方案图纸进行施工，确保质量按期竣工。
5. 乙方负责在发布期限内对框架、线路、灯箱等的保养维修工作。
6. 乙方在签署之日起开始施工，在发布期满内因广告牌造成任何故障及故障所引发的安全责任事故由乙方负全部责任。
7. 发布期间乙方有维护看板之义务，甲方有监督的权利。
9. 在广告发布期间，乙方如遇灯具坏损，乙方应于36小时内修复或更换完毕。
10. 广告发布期间，如遇画面明显褪色、破裂，乙方负责无偿按原画面进行更换发布。

## 十二、 以下原因，工期可相应顺延：

1. 甲方要求变更工程量或设计的。
2. 不可抗力的自然灾害。
  1. 在广告发布期间，如遇台风11级内，广告受损，乙方负责恢复，并承担所有费用。
  2. 在广告发布期间，如遇11级以上台风，广告受损，双方各

自承担广告牌恢复费用的50%。

3. 发布期内如电源供电终止，则无照明发布时间按正常发布时间的三分之二计算发布期。

1. 按国家法规规定：户外广告均属临时性建筑，如因城市规划建设需要，应及时无偿拆除。

2. 政策性问题或人力不可抗拒之原因造成广告牌不能发布，双方应友好协商解决，甲方可选择于乙方拥有的同等价值的广告位继续发布。

3. 甲方也可选择选择广告费至广告发布终止日而终止收费。乙方扣除广告费总额的30%作为税费及制作费用，余款为广告发布费用，根据实际发布时间，将未发布的广告费用退还甲方。

十五、 广告制作施工及保养维修过程中发生意外事故，如人员伤亡、财务损失等由乙方承担责任。

十六、 其他约定：

1. 广告制作完工经验收不合格，广告发布期限按验收合格日期顺延。

2. 广告版面、结构设计图纸版权归甲方，另一方未经许可不得另作使用。

3. 广告版面设计图纸以广告审批机关审批通过为准。

4. 工程项目及施工方式如需变更，双方应协商一致，签订书面变更协议，同时调整相关工程费用及工期。

5. 广告发布期满后，广告设置材料为乙方所有。

6. 乙方债务履行后，甲方所支付的定金抵作价款收回。

#### 十七、 违约责任：

1. 甲方未及时付款，每超过1天，按合同价款 0.3 %付给违约金，或相应缩短发布期。未及时付款超过贰拾天，乙方有权拆除甲方画面，另行发布广告。

2. 乙方未按期完工，每延期1天，按合同价款 0.3 %付给违约金，或相应延长发布期。

#### 十八、 同争议解决方式：

本合同在履行进程中发生争议，由甲乙双方协商解决；协商不成，双方同意依法向丰泽区人民法院提出诉讼。

十九、 本合同经双方法定代表人签字或盖公章后生效。

二十、 本合同一式 2 份，甲方执1份，乙方执1份。

#### 二十一、 其它说明：

1. 本合同签订地点：乙方办公场所所在地。

2. 甲方的关于稿件确认人、有关往来文书交收人为

3. 本合同所列价款、定金均为人民币现金。

#### 二十二、 合同附件：

1. 广告版面图纸。

二十三、 本合同未尽事宜，按《中华人民共和国合同法》、《户外广告管理规定》执行。

甲方：          单位名称（章）：  
单位地址：          法定代表人：  
委托代理人：          电话：  
开户银行：          帐号：          年月日  
乙方：          单位名称（章）：  
单位地址：          法定代表人：  
委托代理人：          电话：  
开户银行：          帐号：  
年月日          经办人：

## 最新广告印刷合同 广告公司印刷张贴合同书优质篇六

承印方（乙方）：

以下称定做方为甲方，承印方为乙方。

- 一、加工承印印刷品的各项要求及价格明细
- 二、交货时间，地点为甲方所在地。
- 三、付款方式：货到一次性付款
- 五、违约责任：任何一方违反本合同规定，给对方造成经济损失，应依法给对方赔偿经济损失。
- 六、双方应按照合同所定时间交货



七、本合同一经签署即刻生效，中途停约扣除所需费用。

八、甲方应认真审该黑稿，如发现错漏字应及时提出更正；甲方在黑稿上没有审核出来错漏字，在彩稿出样后发现或更改全部方案，改版费由甲方负责。

九、彩稿校对通过签字后方可印制，供货期因甲方校对拖延日期，交货期相应顺延。

十、乙方负责为甲方省内发货，货款由甲方负责。

十一、定做方所带有关资料明细：

十二、附则

十三、本合同一式二份，双方各执一份，具有同样的法律效力。

甲方（公章）

地址：

电话：

代表签字：

时间：

乙方（公章）：

地址：

电话：

代表签字：

时间：

## 最新广告印刷合同 广告公司印刷张贴合同书优质篇七

委托印刷的单位必须按照国家规定在委托印刷的出版物上刊载出版单位的名称、地址，书号、刊号或者版号，出版日期或者刊期，接受委托印刷出版物的企业的真实名称和地址，以及其他有关事项。以下是小编整理的委托印刷合同，欢迎阅读。

甲方： \_\_\_\_\_

乙方： \_\_\_\_\_

### 二、项目明细：

项目名称：

1、尺寸： \_\_\_\_\_

2、纸张： \_\_\_\_\_

3、数量： \_\_\_\_\_

单价： \_\_\_\_\_

总价： \_\_\_\_\_

### 三、付款方式：

开始制作之日起支付价格总额之\_\_\_\_\_，余款于交货当日付清。

## 四、交货方式

印刷加工：在确认打样稿后\_\_\_\_\_个工作日内交货。

交货地点：甲方公司，产品风险自交货时转移。

## 五、印刷质量标准

1、乙方前期制作应按提供样稿之要求按时，按质完成，印刷品质以签字样稿为准验收；甲方应负责有关内容的及时校核确认以及收货验货。

2、甲方委托乙方设计制作的稿件，甲方有权要求乙方提供最多不超过四次的样稿确认。在乙方提供第四次确认稿时，甲方应完成所有的确认修改工作。

4、甲方对印刷质量有任何异议，须在交货后三个工作日内提出，在任何情况下乙方不负责除印刷以外发行、广告的连带责任。

## 六、知识产权及保密

1、乙方应对甲方制作发行方式、计划严格保密。

2、乙方设计人员应自觉保护甲方提供的一切用于排版印刷的电子文档，不得擅自提供给任何第三方作任何用途。

3、乙方为甲方制作的额外平面设计，其著作权属于甲方。

4、乙方应妥善保存杂志的所有电子设计稿件，甲方若需要，应予以提供；合同终止后，若双方不再续约，乙方应将所有电子设计稿件交给甲方。

## 七、合同其它条款

交货数量同意允许正负5%的短溢装。如溢装的情况，甲方有权选择是否按合同单价接收超装之货品。若甲方不接收，乙方不得擅自赠送他人或以任何价格出售，作其他客户印刷业务参考样本除外。如短装在5%之内，乙方须按合同单价从合同总价中扣除相应金额，但不另行补足数量。如短装在5%以上，甲方有权要求乙方补足所缺货品。

由于政策变化、政府行政行为等人力不可抗因素原因导致其中一方无法履行合同，本合同即行终止，双方不承担违约责任。

## 八、违约责任

1、甲乙双方应严格遵守本合同的有关条款，此合同未尽事项，应由甲乙双方友好协商解决。

2、若任何一方违反本合同并经协商无效，应由被告所在地人民法院作争议解决。

3、因不可抗力导致合同无法执行的情况，双方应友好协商延期履行，协商不成或确实无法继续履行的，任何一方均不承担违约责任。

九、本合同一式两份，甲乙双方各执一份，同样有效。

甲方（盖章）： \_\_\_\_\_

授权代表（签字）：

地址： \_\_\_\_\_

邮政编码： \_\_\_\_\_

电话： \_\_\_\_\_

\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

乙方（盖章）：\_\_\_\_\_

授权代表（签字）：

地址：\_\_\_\_\_

邮政编码：\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_

\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

定做方（甲方）：

承印方（乙方）：

以下称定做方为甲方，承印方为乙方。

一、加工承印印刷品的各项要求及价格明细

二、交货时间，地点为甲方所在地。

三、付款方式：货到一次性付款

五、违约责任：任何一方违反本合同规定，给对方造成经济损失，应依法给对方赔偿经济损失。

六、双方应按照合同所定时间交货

七、本合同一经签署即刻生效，中途停约扣除所需费用。

八、甲方应认真审该黑稿，如发现错漏字应及时提出更正；甲方在黑稿上没有审核出来错漏字，在彩稿出样后发现或更

改全部方案，改版费由甲方负责。

九、彩稿校对通过签字后方可印制，供货期因甲方校对拖延日期，交货期相应顺延。

十、乙方负责为甲方省内发货，货款由甲方负责。

十一、定做方所带有关资料明细：

十二、附则

十三、本合同一式二份，双方各执一份，具有同样的法律效力。

甲方（公章）

地址：

电话：

代表签字：

时间：

乙方（公章）：

地址：

电话：

代表签字：

# 最新广告印刷合同 广告公司印刷张贴合同书优质篇八

地址：

乙方(承印方)：

地址：

为保障甲乙双方的合法权益，根据《中华人民共和国合同法》及相关法律法规

的规定，双方本着平等互利的原则，经友好协商，就甲方委托乙方印刷（以下简称本合同标的）事宜，签订本合同，以兹共同遵守。

第一条 加工项目：

产品名称：

制版质量以符合原稿及版样设计为准，当打样稿与原设计不符时，由乙方负责改正；若打样稿出来后甲方要求改动原设计或对原设计重新调整时，甲方应承担 responsibility 以及费用。印刷质量以符合甲方签字确认的封样为准。

第六条 原材料的提供办法及规格、数量、质量

6.1 【用乙方原料完成工作的】乙方必须依照合同约定选用原材料，并接受甲方检验确认。使用甲方确认后的材料制作的产品，甲方不得就原材料质量等问题提出要求重作、更换、减少价款或退货等要求。

6.2 【用甲方原材料完成工作的】甲方应按合同约定的时间、数量、质量、规格提供原材料，乙方对甲方提供的原材料要

按合同约定及时检验，不符合要求的，应立即通知甲方调换或补齐。甲方不同意调换而造成印刷成品质量缺陷的，乙方不承担任何责任。

## 第七条 设计原稿的提供方式

7.1甲方应当按约定日期提供设计原稿等。加工周期以甲方设计原稿提交给乙方并获得乙方确认(齐、清、定)之日起计算。

7.2乙方在依照甲方的要求进行工作期间，发现提供的设计原稿不合理，可及时通知甲方；甲方应当在合理的时间内回复，并提出修改意见。乙方在合理的时间内未得到答复，有权停止工作，并及时通知甲方。

7.3乙方提交甲方的工作成果的全部知识产权归甲方所有，未经甲方事先书面同意，乙方不得将前述属于甲方知识产权的项目成果的全部或部分转让给任何第三方或许可任何第三方使用，也不得进行任何形式的复制、改编、传播等行为，亦不得在为其他第三方提供项目开发时再次使用以及实施任何可能对甲方知识产权造成侵害的行为。

7.4乙方确保其根据本合同完成并向甲方提交的工作成果不侵犯任何第三方权利。如乙方违反本保证，导致第三方主张权利或者甲方遭受索赔，乙方应负责解决并应当赔偿甲方为此而支付的一切费用以及因此而给甲方造成的全部损失(包括但不限于甲方支出的律师费、仲裁费、诉讼费以及给第三方的赔偿)。

7.5对于加工承印的工作，如果甲方要求保密，乙方应严格遵守，未经甲方书面同意不得外泄或留存加工承印制品。

## 第八条 验收标准和方法

8.1按照合同约定的质量要求以及甲方确认的封样作为验收标



准。如合同没有明确约定验收标准，或有争议时，验收标准参照全国印刷标准化技术委员会颁布的《印刷行业标准》。

8.2甲方应当按合同约定的期限验收乙方完成的加工承印制品。甲方收到乙方发出的书面验收通知后5个工作日内，未予验收的，则视为甲方已验收确认乙方加工承印制品，质量及数量符合甲方要求。甲方不得以此拒付或拖延支付乙方的加工费用。

8.3在验收乙方加工承印制品时，如甲方有异议，应在收到加工承印制品之日起3个工作日内以书面形式通知乙方，否则视为甲方已验收确认乙方加工承印制品，质量及数量符合甲方要求。

## 第九条 交货的时间和地点

9.1乙方应当按照合同约定的期限，自付运费将送交加工承印制品送达合同约定的交货地点。任何一方要求提前或延期交(提)加工承印制品，应当在事先与对方达成协议，并按协议执行。

9.2本合同标的毁损、灭失的风险，在交付之前由乙方承担，交付之后由甲方承担。

## 第十条 甲方的违约责任

10.1中途变更加工承印制品的数量、规格、质量或设计等，应当赔偿乙方因此造成的损失。赔偿标准以双方认可的实际损失计算账单为准，并按变更上述内容所需的时间顺延加工周期。

10.2未付印前甲方中途解除合同的，属乙方提供原材料的，甲方应赔偿乙方为履行合同准备原材料所遭受的损失(以乙方采购原料发票为准)。

10.3 未按合同约定的时间和要求向乙方提供原材料、设计原稿、包装物等或未完成必要的辅助工作和准备工作，乙方有权解除合同，甲方应当赔偿乙方因此而造成的损失；乙方不要求解除合同的，除交付加工承印制品的日期得以顺延外，甲方应当赔偿乙方停工待料的损失。

10.4 超过合同约定日期支付加工费用的，甲方应当向乙方偿付违约金。每逾期一天，按加工费用总额的万分之五偿付违约金。

## 第十一条 乙方的违约责任

11.1 未按合同约定的质量或封样交付加工承印制品，甲方同意利用的，应当按质论价，酌减加工费用；不同意利用的，应当负责修整或调换，并承担逾期交付责任；经过修整或调换后，仍与封样明显不一致的，甲方有权拒收，由此造成的损失由乙方赔偿。

11.2 交付加工承印制品或完成工作数量少于合同约定，甲方仍然需要的，应当照数补齐，补齐部分按逾期交付处理。

11.3 未按合同约定包装加工承印制品，需返工或重新包装的，应当负责返工或重新包装，并承担因此而支付的费用。甲方不要求返工或重新包装而要求赔偿损失的，乙方应当偿付甲方该不合格包装物低于合格包装物的价值部分。

11.4 逾期交付加工承印制品(包括返工、更换、补交等)，应当向甲方偿付违约金。每逾期一天，按逾期交付部分的加工费的万分之五偿付违约金。

11.5 不能交付加工承印制品或不能完成工作的，应当向甲方支付合同金额30%的违约金，并赔偿由此给甲方造成的损失。

11.6 实行代运或送货的加工承印制品，错发到达地点或接收

单位(人)，除按合同约定负责运到指定地点或接收单位(人)外，并承担因此多付的运杂费和逾期交付加工承印制品的责任。

11.7 由于保管不善致使甲方提供原材料、包装物及其它物品毁损、灭失的，应当偿付因此给甲方造成的损失。

## 第十二条 其它约定

12.1 甲方中途改变原设计稿或变更加工承印制品。

12.2 甲方未按合同约定的时间支付应付加工费。

12.3 乙方在加工承印中提出疑问而甲方无正当理由不及时答复的。

## 第十三条 保密义务

13.1 乙方应保证对本合同的所有相关内容及其因履行本合同所获知的各种甲方的具有保密性质的信息(包括但不限于经营、管理、商务、技术、营销、发展规划、客户信息等)负有保密义务，未经甲方事前书面许可，不得将上述信息用于本合同目的之外；除为履行其职责而确有必要知悉保密资料的乙方工作人员或其他第三方外，乙方不向其他任何人披露上述信息，且乙方应确保上述人员承担与本合同约定同等严格的保密义务。

13.2 乙方在本合同中所受领的保密信息应及时返还甲方或在甲方监督下予以销毁。擅自留存备份信息，视为违反保密约定。

13.3 如乙方违反保密约定，应向甲方支付相当于本合同总金额50%的违约金，若违约金不足以弥补甲方损失的，乙方应负责补足该差额部分。

13.4无论本合同因何种原因终止，本保密条款依然有效。

#### 第十四条 不可抗力

14.1本合同任何一方因不可抗力不能履行本合同约定的全部或部分义务，应尽快通知另一方，并应在不可抗力发生后3日内以书面形式向对方提供详细情况报告及不可抗力对履行本合同影响程度的说明。甲、乙双方应根据不可抗力对合同履行的影响程度，协商确定是否终止合同，或继续履行本合同。

14.2本合同任何一方均不对因不可抗力无法履行或迟延履行义务而使对方遭受到任何损失承担责任，但遭受不可抗力影响的一方有责任采取适当和必要地措施减轻或消除不可抗力的影响。遭受不可抗力影响的一方应当对未尽本项责任造成或扩大的损失承担责任。

14.3合同一方迟延履行后发生不可抗力的，不能免除其责任。

14.4不可抗力因素消除后，双方应立即进行磋商，就不可抗力所造成影响程度甲方有权决定是否继续履行或者终止本合同。如果甲方决定终止合同，如甲方已经付款，乙方应将未交付部分的款项在5日内向甲方返还。

#### 第十五条 法律适用与争议解决

15.1本合同的订立、效力、解释、履行和争议的解决均适用中华人民共和国法律(不包括港澳台地区法律)。

15.2凡因本合同引起的或与本合同有关的任何争议，双方首先应友好协商解决。协商不成的，任何一方均有权将争议提交中国国际经济贸易仲裁委员会，按照申请仲裁时该会现行有效的仲裁规则进行仲裁。仲裁裁决是终局的，对双方均有约束力。或：凡因本合同引起的或与本合同有关的任何争议，双方首先应友好协商解决。协商不成的，任何一方均有权将

争议提交北京仲裁委员会，按照申请仲裁时该会现行有效的仲裁规则进行仲裁。仲裁裁决是终局的，对双方均有约束力。

## 第十六条 其他

16.1 本合同经甲乙双方法定代表人或授权代表签字并加盖公章后生效。本合同一式四份，甲乙双方各执二份，具有同等法律效力。

16.2 对本合同的任何变更或补充，须经甲乙双方协商一致，并另行签订书面补充协议。

16.3 本合同附件作为本合同的组成部分，与本合同具有同等的法律效力。

甲方：中国人民财产保险股份有限公司

法定代表人/授权代表： 年 月 日

乙方：

法定代表人/授权代表： 年 月 日

## 最新广告印刷合同 广告公司印刷张贴合同书优质篇九

承印方（乙方）：

以下称定做方为甲方，承印方为乙方。

一、加工承印印刷品的各项要求及价格明细

二、交货时间，地点为甲方所在地。

三、付款方式：货到一次性付款

五、违约责任：任何一方违反本合同规定，给对方造成经济损失，应依法给对方赔偿经济损失。

六、双方应按照合同所定时间交货

七、本合同一经签署即刻生效，中途停约扣除所需费用。

八、甲方应认真审该黑稿，如发现错漏字应及时提出更正；甲方在黑稿上没有审核出来错漏字，在彩稿出样后发现或更改全部方案，改版费由甲方负责。

九、彩稿校对通过签字后方可印制，供货期因甲方校对拖延日期，交货期相应顺延。

十、乙方负责为甲方省内发货，货款由甲方负责。

十一、定做方所带有关资料明细：

十二、附则

十三、本合同一式二份，双方各执一份，具有同样的法律效力。

甲方（公章）

地址：

电话：

代表签字：

时间：

乙方（公章）：

地址：

电话：

代表签字：