

# 旅游推广策划合同(模板5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。怎样写合同才更能起到其作用呢？合同应该怎么制定呢？以下是我为大家搜集的合同范文，仅供参考，一起来看看吧

## 旅游推广策划合同篇一

乙方：

根据《\_经济合同法》、《\_广告法》及有关规定，甲乙双方经协商一致，特订立本合同。

甲方委托乙方对其拥有的品牌“#####”进行品牌规划、策略分析和传播宣传方案进行整体策划，本方案只包括策划方案，涉及到具体实施工作另行协商。

### 一、乙方提供合同服务项目内容

乙方向甲方提供下列策划及有关的服务，按双方商定的时限完成：

#### 1. “#####”品牌策划相关的服务

- (1) 提供品牌营销策略与整合传播策略方面的分析及建议。
- (2) 提供“#####”整体品牌的策划和推广方案。
- (3) 品牌传播计划及实施方案的制定。
- (4) 同业市场调研与分析。

#### a. 合作期间的会议记录

## 2. 品牌推广服务指导

- (1) “#####” 品牌市场定位分析、目标客户分析。
- (2) 品牌推广长效机制建立及执行监督。
- (3) 媒介策略、整合传播计划与媒体选择方案建议。

## 二、甲方责任

1. 甲方有义务向乙方提供企业、产品、市场的有关资料，从而有利于乙方全面品牌策划工作的开展。
2. 每次相关工作，甲方应积极配合，以确保乙方按期高质完成工作任务。
3. 甲方须按合同规定期限支付相关费用。

## 三、乙方责任

- (2) 合同期内，若甲方需调整经营策略，乙方应积极配合，作品牌策划的相应调整。

## 四、费用

1. 企划管理服务费(一个品牌):

总服务费为rmb 万元

第一阶段：合同签订之日付总费用 %即rmb 万元。

第二阶段：完成本合同项下内容，方案交付甲方签收 个工作日内，甲方支付乙方剩余款项rmb 万元。

2. 外发制作督导管理费:

此部分工作主要包括：为保证品牌推广方案实施的质量，乙方对相应制作公司的评估、选择、监督、管理等。

此部分费用以以下方式收取：乙方向甲方提供制作净价(即乙方支付制作公司成本价)，甲方在此基础上加付15%的督导管理费即为乙方收费总额。

### 3. 开户信息

开户名：\*\*\*\*\*

开户行：中国工商银行股份有限公司

账号：\*\*\*\*\*

### 五、使用权

1. 由乙方为甲方创作概念(意念、文本及图象)所有权归乙方，只要甲方能根据事先认可的服务费支付费用，乙方将赋予甲方独家、无限制及无限界地使用其创作概念。

2. 由乙方聘请之第三者，例如摄影师、插图画家、模特儿、演讲者、歌手，甲方可事前就估计费用及确保法律保障方面在区域空间或时间上限制该使用权。

3. 由甲方聘请之第三者，例如模特儿、形象代言人等一切费用由甲方负责，相关法律的遵循及维护亦由甲方负责。

### 六、合同终止

乙方在每一工作阶段，甲方有权对乙方工作进行评估，若乙方的工作完全不能达到甲方的要求，甲方有权要求中止合同。若在工作当中，甲方完全不配合，不及时支付费用造成乙方无法工作，乙方有权要求中止合同。本合同履行地点为甲方所在地。

## 七、违约责任

乙方为甲方品牌推广策划及有关活动，经甲方书面确认后方可实施，未经甲方确认而实施的行为由乙方承担责任，并赔偿甲方一定的损失；经甲方确认后实施的活动，若甲方提出变更或终止，所产生损失由甲方承担。时间进度按书面规定形式进行，若出现拖延、违约现象，违约方承担赔偿责任。

八、本合同未尽事宜，双方应协商解决，本合同经双方签字盖章后，于\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日起生效。本合同一式\_\_\_\_\_份，双方各执\_\_\_\_\_份，作为重要文件存档。

甲方(签章)：\_\_\_\_\_ 乙方(签章)：\_\_\_\_\_

代表：\_\_\_\_\_ 代表：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_ 日期：\_\_\_\_\_

## 旅游推广策划合同篇二

合同号：旅行社名称：

(以下简称甲方) 登记注册地：营业执照号：

法定代表人：

代表：

代表身份证：

地址：

日期：

电话：

传真：

手机：

网址：

电子邮件：

旅行社名称：

(以下简称乙方)

登记注册地：

营业执照号：

法定代表人：

代表：

代表身份证：

地址：

日期：

电话：

手机：

网址：

电子邮件：

经甲乙双方友好协商，特达成以下加盟协议，本协议中甲方

提供给乙方的服务主要有以下几个方面：

- 1、 甲方的品牌和系统。
- 2、 甲方的航空旅游服务。
- 3、 甲方专有的技术支持，培训和部分信息资料。甲方的经营模式和经营秘密。

## 旅游推广策划合同篇三

一、本合同文本根据《xxx合同法》和《浙江省旅游管理条例》及有关法律、法规制订的示范文本，供合同双方当事人使用。

二、本合同适用于国内旅游。

三、本合同的乙方必须持有《旅行社业务经营许可证》和《营业执照》，分支机构必须以组团社名义和甲方签订合同。

四、乙方应根据本合同制定的旅游行程，作为本合同附件在出发前交给甲方。

五、甲方在签订合同前，有权要求乙方出示合同提及有关的乙方有关证书、证明文件和旅游管理规定。

六、乙方提供的与本次旅游有关的广告、宣传制品视为本合同的一部分，对乙方具有约束力。

七、甲方应妥善保存有关票据、证明及资料，以便合法权益受到侵害时作为投诉凭证、索赔证据。

乙方（旅行社）： \_\_\_\_\_ 法定代表  
人： \_\_\_\_\_

根据《xxx合同法》和《浙江省旅游管理条例》及有关法律、

法规的规定，在平等、自愿、协商的基础上，甲、乙双方达成如下协议：

### 第一条 旅游时间

旅游时间共\_\_\_\_\_晚\_\_\_\_\_天，旅游线路为\_\_\_\_\_。时间为\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日。出发地点\_\_\_\_\_。至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日，行程结束地点\_\_\_\_\_。

### 第二条 旅游价格和支付时间约定

甲方参加本次旅游共\_\_\_\_\_人，报价总金额为（人民币）\_\_\_\_\_拾\_\_\_\_\_万\_\_\_\_\_千\_\_\_\_\_百\_\_\_\_\_拾\_\_\_\_\_元整。包括：交通费（不含机场的行李超重费）、餐费（若在飞机上用餐，则不另外安排用餐）、住宿费（不含酒店内各种酒类、饮料、洗衣、通讯等费用）、门票费（不含园中园门票）、导游服务费及\_\_\_\_\_费。

甲方应在出团前\_\_\_\_\_个工作日内将旅游团款直接交付乙方或汇入乙方指定的银行\_\_\_\_\_（帐户名称：\_\_\_\_\_，帐号：\_\_\_\_\_）；甲方在支付全部旅游费用后，乙方应当出具旅游发票。

### 第三条 旅游有关事项的约定

1. 用餐标准：\_\_\_\_\_

住宿标准：\_\_\_\_\_

2. 交通工具：\_\_\_\_\_

3. 游览景点：\_\_\_\_\_

4. 平均每天安排购物不超过\_\_\_\_\_次，每次购物时间不超

过\_\_\_\_\_分钟。

5. 自费项目：\_\_\_\_\_

自费娱乐项目总金额为（人民币）\_\_\_\_\_拾\_\_\_\_\_万\_\_\_\_\_千\_\_\_\_\_百\_\_\_\_\_拾\_\_\_\_\_元。

6. 导游应按《导游服务质量》规定，为甲方提供服务。

#### 第四条甲方的违约责任

##### 1. 甲方逾期付款的违约责任

甲方预期付款不超过\_\_\_\_\_个工作日的，自合同规定的应付款限期之第二个工作日起至实际付款之日止，甲方应当支付逾期应付款的利息，利息按银行同期贷款利率计算。

甲方在出团前未支付全额旅游团款的，乙方可以终止合同。甲方承担乙方的直接损失，并支付旅游合同总价\_\_\_\_\_%的违约金。

##### 2. 擅自变更行程内容的违约责任

甲方未经乙方同意，中途擅自离团，不得要求乙方退回未完成行程的直接旅游费用，给乙方造成损失的，应承担赔偿责任。

## 旅游推广策划合同篇四

甲方：（以下简称甲方）

乙方：（以下简称乙方）

甲乙双方本着平等互利、共同发展的原则，按照《旅行社条

例》的规定，在平等自愿的基础上，协商一致，就甲方委托乙方接待旅游团队、商务会议、散客等的有关事宜达成以下协议：

一、甲乙双方接团业务往来的《行程确认书》及接待标准说明和往来业务传真、电子邮件等为协议的附件；附件与本协议具有同等的法律效力。

二、委托确认及接待：

1、甲方必须在每批团队或散客在有意识出行前先让乙方预留机位或船位、车位、住房等，确定出行后向乙方提供接待计划书及详细接待内容。应包括：团号、人数、日期、名单、标准、行程、结算费用及结算方式等。乙方应在收到计划后由双方委托授权的计调部门签署及盖章确认，经乙方确认后的计划所产生的违约责任均由乙方承担。

2、接待计划书一旦确认，乙方不可放弃团队或散客计划。未经甲方书面同意，乙方不得将甲方委托接待的团队或散客交出第三方接待。

3、乙方作为接待社，必须履行甲方在计划书中要求承诺的义务，按双方确认的接待项目、标准提供相应的优质服务，如遇特殊情况确实需要变更，需要调整接待计划的，应征得甲方书面同意，并向游客解释说明。

4、为提高乙方的服务质量，甲方有义务将团队（含散客）的接待意见、建议及时书面反映给乙方，乙方根据甲方提供的客人意见做出相应的调整。如因甲方与客人签订旅游合同的服务内容与甲方给乙方的计划书不同，而造成客人的投诉或索赔，乙方只负责协助处理，不承担相关责任。

5、甲方在与游客签订旅游合同时，应明确在合同中注明接受委托的旅行社为：肇庆山水国际旅行社有限公司，甲方有义

务向游客宣传介绍乙方。

三、乙方责任和义务：

## 旅游推广策划合同篇五

产品推广策划书是产品进入市场的具体实施方案。撰写产品推广策划书时，应侧重于市场推广的大方向，主要从产品目标、市场定位、广告定位等方面入手。以下是本站小编为大家精心准备的：策划推广服务合同范本3篇，欢迎阅读！

甲方：

乙方：

甲、乙双方在自愿、平等、互惠互利的基础上，根据《中华人民共和国民法通则》和《中华人民共和国合同法》及相关规定，就甲方委托乙方为甲方所开发经营或拥有的（地块编号，实际名称以地名办核准为准，以下简称为本案）提供营销策划服务事宜，经友好协商，达成如下条款，以资共同遵守。

### 1. 定义

1.1 营销策划服务：指是受托方为委托方提供决策参考，其中相当大一部分属软科学研究，凡属工程设计、工程验收、技术转让等实质性技术活动不属此类合同调整。它主要发生在项目营销实施之前及其中。其次，房地产开发项目营销策划属于决策服务，合同履行的结果仅为委托方可供选择的方案报告及企划设计。除合同另有约定之外，委托方将受托方提出的咨询报告和意见付诸实施所发生的损失，受托方不承担责任。受托方负责提供该项目营销策划方案、广告企划设计服务，并按合同约定收取费用的行为。

1.2 服务规范：乙方向甲方提供的服务应紧密配合甲方项目营销推广需要，应对甲方实现项目销售目标形成帮助，服务过程中乙方应积极响应并严格按甲方要求的质量及进度，完成服务范围内甲方交付的各项工作，甲方将视乙方服务的成效结果、工作进度及服务态度评估考核乙方服务品质。

1.3 商业秘密：是指不为公众所知悉、能为权利人带来经济利润、具有实用性，并经权利人采取保密措施的技术信息和经营信息。

## 2. 物业概况

2.1 楼盘位置：系指位于 ，甲方所属房地产项目。

2.2 甲方已通过土地有偿转让，合法取得本案的土地使用权证和规划许可证，并依法开发，建筑物性质为 。

## 3. 服务方式、服务期限、服务内容

3.1 服务方式：甲方委托乙方提供本案的营销策划服务。

3.2 服务期限：自 年 月 日至 年 月 日止，共一年时间。乙方应当于 年 月 日向甲方提供策划方案书面报告。

3.3 服务内容：详见本合同附件四。

## 4. 服务价格及费用结算

4.1 本案营销策划服务费用为人民币 万元(大写： 元整)。该等费用已包含策划人工费、税金等一切费用且不因任何因素上浮。

4.2 双方同意费用结算方式为合作期间,在乙方完成甲方下达的月度营销策划服务工作，并得到甲方书面确认前提下，甲方每月15日前支付乙方服务费人民币 万元/月(大写： 元整/

月)。

4.3 乙方必须在甲方支付服务费前的十五天提供等额服务费发票，甲方确认发票及乙方帐户信息到位的情况下，在约定时间内支付服务费。

## 5. 双方权利义务

### 5.1 甲方权利义务

5.1.1 甲方应积极配合乙方策划工作，及时向乙方提供与本合同有关的本项目营销策划所需且甲方认为必要的各类资料，以及甲方认为应告之乙方的本项目进展情况和成交客户分析数据等信息，并对资料的合法性、真实性、准确性和完整性负责。

5.1.2 甲方有权对乙方递交的策划方案、广告文案、平面稿进行修改、调整，或要求乙方予以修改或调整配合，乙方应积极配合完成。对于乙方递交的工作成果，甲方认为符合要求的，应予以书面确认；对于甲方认为不符合要求的，甲方有权要求乙方修改完善直至甲方认可。

5.1.3 甲方专人负责接口工作，应尊重乙方的专业知识和能力，并给予乙方合理的作业时间。按双方商定的计划对乙方提交营销策划方案等进行审核，明确表述修改意见。甲方授权人员的签字相当于甲方公司认可。

5.1.4 甲方总协调人为 ，该总协调人对于乙方需确认的各项内容签字后即视为甲方确认，该总协调人如有变动，甲方须提前7天通知乙方。

5.1.5 甲方应承担销售道具、销售资料的制作费用，对外导示系统和媒体的制作及发布等推广费用。

5.1.6 甲方将按月对乙方的服务品质进行综合考评，考评内容包括乙方的策略把握、出品质量、工作效率、工作完成情况及人员服务态度等各方面甲方认为需要考量的因素，综合评分低于甲方设定最低标准的，甲方有权扣付乙方月度服务费用，并要求乙方限期整改，具体考评细则双方另行协商。

5.1.7 乙方服务品质如持续不符合合同约定及不能被甲方认可，乙方应及时改进服务品质；如乙方服务品质连续两个月达不到合同约定及不能被甲方认可，则甲方有权单方面终止本合同，后续服务费不再支付，但已提供的服务应在合同提前终止后20个工作日内付清费用。相关程序甲方将以书面告知函形式通知乙方。

5.1.8 因乙方服务质量、效果及进度问题，给甲方造成重大经济损失及重大影响甲方企业及项目形象的，甲方保留追究乙方相关责任的权利。

## 5.2 乙方权利义务

5.2.1 乙方全权负责合同期内本项目的营销策划工作(详见附件二之服务内容)，乙方执行合同的内容形式为例会、现场调研、出具报告等。甲方不承担由于工作委托而产生的超出合同约定范围内的费用。

5.2.2 专案小组的工作人员日常支出费用由乙方自行负责。

5.2.3 本合同执行中，乙方所有策划方案及相关建议均以书面形式向甲方汇报。乙方创意的广告企划内容须经甲方指定人或总协调人确认。

5.2.4 乙方明确知道本次营销策划服务目的是为了促进本项目的销售。乙方项目人员应到现场了解一线销售情况，协助甲方对销售人员进行相关培训或会议，积极参加甲方之营销会议，做到务实有效。

5.2.5 乙方应为甲方保守项目和营销方案、销售数据等商业秘密以及业务过程中知悉的其他甲方之商业信息。

5.2.6 乙方的总协调人为 。该主要负责人如有变动，乙方应提前7天书面通知甲方，并征得甲方同意。

5.2.7 乙方专门成立项目小组(见附件二)，小组整体服务于甲方并保证小组成员的相对稳定。人员如有调整，乙方需书面通知甲方，并征得甲方同意。

5.2.8 为加强服务质量，乙方对项目服务人员设立服务激励考评制度，甲方每月1日前对乙方服务进行考评，并将考评单反馈乙方，以方便乙方能按时完成月度考评工作。

5.2.9 合作期结束后，乙方仍需完成甲方在合作期内提出的本合同服务内容以内的工作任务。

## 6. 违约责任：

6.1 甲方应按照本合同规定，按时向乙方支付费用，以便乙方正常展开工作，否则乙方有权在半个月后停止或推延后续工作进程。

6.2 乙方如果不能按照本合同约定的时间提供策划方案书面报告的，每逾期一天，应当支付本合同总价款 %的违约金。逾期超过七个日历日的，甲方有权立即解除合同并要求乙方支付本合同总价的20%作为违约金。

6.3 乙方提供的策划方案书面报告不能达到甲方要求的，乙方应当在甲方要求的时间内无偿整改直至达到甲方要求。否则甲方随时有权解除合同，并要求乙方承担本合同价款30%的违约金。

6.4 乙方不得将本合同中的全部或部分工作委托他人(甲方书

面同意的除外)，否则甲方有权解除本合同并要求乙方承担本合同价款的30%作为违约金。

6.5 乙方应为甲方保守项目和营销方案、销售数据等商业秘密以及业务过程中知悉的其他甲方之商业信息，未经甲方书面同意，不得向任何第三者披露该等信息，也不得用于与完成本协议规定的委托事项无关的任何其它目的，否则甲方有权解除本合同并要求乙方承担本合同价款的30%作为违约金。

6.6 如未征得甲方同意擅自调整小组成员，则每人次乙方应当承担本合同价款 %作为违约金, 并且, 乙方应当在2个工作日内立即恢复原调离人员, 否则甲方有权解除本合同并要求乙方承担本合同价款的30%作为违约金。

6.7 在未获得甲方书面同意前，乙方不得在协议有效期内为同区域内具有直接竞争性的房地产项目提供相同内容的服务，否则甲方有权解除本合同并要求乙方承担本合同价款的30%作为违约金。

6.8 如果本合同所明确约定的违约金和乙方的其他责任仍然无法弥补甲方为此遭受的全部损失的，甲方有权要求乙方赔偿其为此遭受的全部损失。

## 7. 其它约定

7.1 本合同执行过程中如涉及需第三方参与的工作，甲方有权评估并选择合作方，确定合作方后乙方须予以工作配合。涉及第三方制作的成本及费用，其报价单经甲方签字确认后，由甲方直接向第三方支付相关费用。

7.2 如果本合同所明确约定的违约金和乙方的其他责任仍然无法弥补甲方为此遭受的全部损失的，甲方有权要求乙方赔偿其为此遭受的全部损失。

7.3 双方在合同履行过程中，如有争议，应协商解决；协商不成的，任何一方可向项目所在地人民法院提起诉讼。

7.4 本合同之所有附件与本合同具有同等法律效力。

附件一：甲方营业执照复印件

附件二：乙方营业执照复印件

附件三：乙方项目小组成员名单及简介

附件四：乙方提供服务内容

附件五：授权委托书

7.5 本合同壹式陆份，甲、乙双方各执叁份，具有同等的法律效力。本合同自双方盖章之日起生效。

## 8. 知识产权

7.1 本项目乙方所完成之方案或确认之设计稿件的知识产权归属甲方。

7.2 乙方确保其提供的方案或设计稿件不侵犯任何第三方的合法权利。一旦甲方因此遭受任何损失，包括但不限于为提出抗辩而支付的律师费、澄清事实的费用、对第三方的赔偿，由乙方负责弥补甲方为此遭受的一切损失。

## 9. 通知

甲方联系人：

电话：

地址：

乙方联系人：

电话：

地址：

本合同的任何一方发出的通知或文件，应面呈、快递、传真或邮寄方式至另一方的本合同约定的地址。如邮寄方式，在投邮后(以寄出的邮戳为准)第5个工作日视为已送达另一方；如直接送达的方式送达，则于另一方签收时视为已送达。

甲方(盖章)： 乙方(盖章)：

法定代表人： 法定代表人：

合同签订地： 合同编号：

甲方： 中国电信 公司 地址：

法定代表人/负责人：

乙方：

地址：

法定代表人/负责人：

根据《中华人民共和国合同法》及相关法律法规的规定，甲乙双方现就甲方委托乙方就[ ]活动(“本项目”)进行策划、推广等专项服务并支付相应报酬事宜，经协商达成一致，签订本合同并共同遵守。

## 第一条 项目内容

1.1本项目的目标： [ ]。

1.2本项目中，乙方负责下述工作：

(1) [ ]活动策划，包括策划方案的制定及策划工作的具体实施。

(2)相关宣传用品设计、制作、安路。

(3)媒体宣传。

(4)其他。

项目详细内容见附件一。

## 第二条 项目要求

2.1本项目地点：[ ]。

2.2本项目期限：[ ]。

2.3本项目质量要求：如有国家标准则执行国家标准；如无国家

标准，则所有委托项目均应以合理满足本合同第1.2条及附件一之内容且以甲方事后认可为达到本合同质量要求的依据。

2.4未经甲方事先书面同意，乙方不得将委托事项全部或部分转交他人完成。乙方如需将部分工作交由第三人办理的，应事先征得甲方书面同意，并就该第三人的工作向甲方承担全部责任。

## 第三条 甲方提供的工作条件和协作事项

3.1提供资料：[ ]。

3.2提供工作条件：[ ]。

3.3其他配合协作事项：[ ]。

#### 第四条 费用及支付

4.1乙方就本项目获得的报酬总额：人民币大写[ ]，小写：[ ]，包括：

(1)乙方从事策划方案的制定及实施的报酬及费用。

(2)乙方从事宣传用品设计、制作、安装、安路的报酬及费用。

(3)乙方从事媒体宣传的报酬及费用。

(4)乙方为履行本合同所需的其他全部费用(包括但不限于包装费用、运输费用)。

除另有约定外，甲方无需就本项目向乙方支付上述费用之外的其他任何费用。

#### 4.2支付方式和时间

##### 4.2.1首付款

[ ])一次性支付给乙方。

##### 4.2.2验收付款

乙方完成本合同约定的全部服务内容并经甲方验收确认，且收到乙方下述全部文件后[ ]日内，甲方将剩余款项一次性付给乙方：

(1)甲方关于本项目验收通过的证明文件原件一份。

(2)乙方开具的相应金额的、符合国家规定的发票。

4.3乙方银行账户信息如下：

开户行：[ ]

银行地址：[ ]

户名：[ ]

账号：[ ]

4.4若根据本合同约定乙方应当支付违约金和/或承担赔偿责任，则甲方有权从上述任何一笔付款中直接扣除相应金额。

## 第五条 项目策划

5.1乙方应根据本项目目标及甲方要求于本合同生效后[ ]日内完成策划案初稿，并提交甲方审核；经甲方审核合格的，乙方并应于本合同生效后[ ]日内完成策划案最终稿，提交甲方最终核准。经甲方最终核准通过的，乙方按照策划案最终稿具体实施项目策划工作。如甲方审核或最终核准不通过的，乙方应按照甲方要求进行修改直至通过。如由此导致履约迟延的，并不免除乙方依据本合同第十一条约定应承担的违约责任。

5.2甲方可根据本项目的现场进展情况，对策划案最终稿提出合理的修改意见，乙方应配合修改。由此所增加的额外费用，由乙方自行承担，且本项目报酬总额不作任何变更。

5.3双方确定，在本合同有效期内，乙方指定[ ]为乙方项目联系人，作为乙方履约代表。该项目联系人作出的意思表示均视为乙方的意思表示，对乙方具有约束力。乙方如变更项目联系人的，应当提前及时以书面形式通知甲方；未及时通知而影响本合同履行或造成损失的，乙方应承担相应的责任，并赔偿甲方全部损失。

## 第六条 宣传用品的设计制作

6.1乙方负责宣传用品设计及制作的，应制定相关宣传用品设计方案，提交甲方取得其书面认可，并依据最终确定的宣传用品设计方案设计、制作宣传用品。其中：

6.1.1宣传用品的设计、印制、包装应符合最终确定的宣传用品设计方案、甲方要求以及正常使用要求。宣传用品设计、印制、包装等要求见本合同附件[ ]。

6.1.2乙方应于[ ]年[ ]月[ ]日前完成宣传用品的图文设计，并将设计成果交付甲方验收。

6.1.3设计成果经甲方验收合格的，乙方应于验收合格后[ ]日

内向甲方提供制作成品的样品，并取得甲方书面认可。

6.1.4甲方书面认可样品后，乙方应于甲方书面认可后[ ]日内按甲方要求印制完成宣传用品，负责派人将宣传用品运到甲方指定地点，并承担运输费用以及运输途中的一切风险。风险自宣传用品运到甲方指定地点并经甲方验收合格起转移至甲方。

6.2宣传用品清单详见附件[ ]。

6.3乙方应保证宣传用品符合本合同要求及正常使用要求，不存在任何权利和质量瑕疵。因宣传用品权利或质量问题引起的一切人身、财产损失，均由乙方负责解决并承担赔偿责任，乙方并应赔偿由此给甲方造成的一切损失。

## 第七条 媒体宣传

### 7.2宣传样片

7.2.1本项目媒体宣传如采用甲方提供的[ ]样带(样片、样稿)(统称“宣传样片”),则未经甲方同意,乙方不得改动宣传样片。

7.2.2如宣传样片由乙方定制,则乙方应于[ ]前将宣传样片初稿提交甲方审核,征得甲方书面同意后[ ]日内制作完成宣传样片。宣传样片制作完毕并经甲方审核同意后,乙方方可按照本合同约定通过媒体发布宣传。如乙方未经甲方同意即擅自发布宣传样片的,甲方有权要求乙方采取消除影响、公开赔礼道歉等措施予以解决,乙方仍应支付本项目报酬总额[ ]%作为违约金,并赔偿甲方的相应损失。

7.3媒体发布期间[ ]。

7.4媒体发布时间表及编排方式

详见附件[ ]。

7.5乙方保证按照本合同约定的发布时间,依法取得有关媒体广告栏目、版位、时间段的使用权,并交付给甲方使用。乙方应保证甲方使用该广告栏目、版位、时间段的合法性。如因该广告栏目、版位、时间段的使用权问题发生纠纷(包括行政处罚),并由此对甲方造成不良影响或损害的,乙方应负责解决,并赔偿因此给甲方造成的一切损失。

7.6乙方负责提供本项目媒体发布期内甲方宣传的样报和/或监播/测报告,并保证其真实性及可靠性。

## 第八条 项目验收

8.1本项目工作成果的验收标准:如有国家标准则执行国家标准;如无国家标准,则所有委托项目均应以甲方书面确认验收合格为达到本合同质量要求的依据。

8.2 本项目工作成果的验收方法：甲方验收。

8.3 验收的时间和地点：本项目完成后现场验收或由甲方根据具体的项目内容以其他方式验收。

## 第九条 权利归属及侵权处理

9.1 本合同项目成果的全部权利，包括但不限于知识产权，归甲方所有。

9.2 本项目宣传用品设计成果及制作完成的宣传用品/宣传样片的所有权益，包括但不限于知识产权和所有权，归甲方所有。

9.3 乙方自行或委托他人印制宣传用品/宣传样片而制作的母版/原版的所有权益，包括但不限于知识产权和所有权，归甲方所有。

9.4 乙方为完成委托事项而使用他人作品/肖像的，应保证原作者/著作权人/肖像权人对乙方与甲方约定的设计制作成果无任何异议；同时，乙方应向甲方出示与原作者/著作权人/肖像权人签订的作品和/或肖像许可使用合同或其他许可使用证明。

规和规章规定或侵犯了其知识产权、其他人身及财产权利的，乙方应当负责解决，返还甲方已支付款项及按照同期中国人民银行贷款利率计付利息，并赔偿甲方就此所承担的一切损失和费用，包括但不限于上述侵权指控中所产生的诉讼费用、合理的律师费用、调查费用、罚金、和解金额或生效法律文书中规定的赔偿金额。

## 第十条 保密

10.1 本合同所称保密资料包括但不限于：

(1) 甲方提供的资料(包括但不限于素材、半成品、成品)。

(2) 乙方为完成委托事项所涉及的宣传用品、宣传样片图文资料(包括但不限于素材、半成品、成品)。

(3) 乙方为印制宣传用品而制作的母版/原版。

(4) 乙方签订及履行本合同过程中接触到的甲方及其关联公司的商业秘密、技术资料、客户信息等资料和信息。

10.2 乙方对保密资料负有保密义务。未经甲方书面许可，乙方不得向任何第三方披露，不得将保密资料的部分或全部用于本合同约定事项以外的其他用途。乙方有义务对保密资料采取不低于对其本身商业秘密所采取的保护手段予以保护。乙方可仅为本合同目的向其内部有知悉必要的雇员披露保密资料，但同时须指示其雇员遵守本条规定的保密及不披露义务。

10.3 乙方仅得为履行本合同之目的对保密资料进行复制。乙方不得以任何方式(包括但不限于硬盘、图纸、彩样、照片、菲林、光盘)留存保密资料乙方应在完成委托事项或本合同终止或解除后[ ]日内将保密资料原件全部返还甲方，并销毁所有复制件。乙方应当妥善保管保密资料，并对保密资料在乙方期间发生的被盗、泄露或其他有损保密资料保密性的事件承担全部责任，因此造成甲方损失的，乙方应负责赔偿。

10.4 乙方应严格按甲方订购的数量印制和发运宣传用品，设计、印制、运输过程中产生的废品应在甲方监控下销毁。

10.5 如乙方违反本合同关于保密的约定，乙方应赔偿因此而给甲方造成的一切损失。

10.6 本保密条款自保密资料提供或披露之日起至本合同终止或

解除后[ ]年内持续有效。

## 第十一条 违约责任

11.1任何一方未履行或未完全履行本合同项下的义务，均构成违约。违约方应赔偿因违约给对方造成的一切损失。

11.2乙方未能按本合同约定按期提供本项目下任一项成果的，每逾期[ ]日，乙方须向甲方支付本项目报酬总额[ ]%的违约金。如乙方应支付的各项违约金数额累计达到本项目报酬总额的[ ]%时，甲方有权终止本合同，乙方仍应向甲方支付相应违约金，退还甲方已支付款项及按照同期中国人民银行贷款利率计付利息，并赔偿甲方的相应损失。

11.3乙方违反本合同约定，提供本项目各成果不符合甲方要求的，由乙方负责根据甲方要求更正和修改，因此造成的所有损失和费用的增加由乙方负责。因此造成逾期交付的，乙方并应按照本合同第11.2条约定承担违约责任。如甲方提出更正或修改要求后[ ]日内，乙方仍未满足甲方要求，则甲方有权终止本合同并不再支付本项目报酬；同时，乙方应退还甲方已支付款项及按照同期中国人民银行贷款利率计付利息，并赔偿甲方的相应损失。

## 第十二条 法律适用和争议解决

12.1本合同适用中华人民共和国法律。

12.2所有因本合同引起的或与本合同有关的任何争议将通过双方友好协商解决。如果双方不能通过友好协商解决争议，则任何一方均可采取下述第[ ]种争议解决方式：

(1)将该争议提交[ ]仲裁委员会，按照申请仲裁时该会的仲裁规则进行仲裁。仲裁在[ ]进行。仲裁语言为中文。仲裁裁决是终局的，对双方均有约束力。仲裁费用由败诉方承担。

(2) 向甲方所在地有管辖权的人民法院起诉。

12.3 仲裁或诉讼进行过程中，双方将继续履行本合同未涉仲裁或诉讼的其它部分。

### 第十三条 不可抗力

能避免且不可克服的客观情况。

13.2 本合同任何一方因不可抗力不能履行或不能完全履行本合同义务时，应当在不可抗力发生之日起[ ]日内通知另一方，并向另一方提供由有关部门出具的不可抗力证明。

13.3 因不可抗力不能履行合同的，根据不可抗力的影响，受影响方部分或全部免除责任，但法律另有规定的除外。迟延履行合同后发生不可抗力的，不能免除责任。

13.4 如果因不可抗力的影响致使本合同中止履行[ ]日或以上时，甲方有权决定是否继续履行或终止本合同，并书面通知对方。

### 第十四条 合同生效及其他

14.1 本合同自双方签字盖章之日起生效。

14.2 本合同一式[ ]份，甲乙双方各执[ ]份，具有同等法律效力。

14.3 如果本合同的任何条款在任何时候变成不合法、无效或不可强制执行而不从根本上影响本合同的效力时，本合同的其它条款不受影响。

14.4 本合同各条标题仅为提示之用，应以条文内容确定各方的权利义务。

14.5未得到对方的书面许可，一方均不得以广告或在公共场合使用或摹仿对方的商业名称、商标、图案、服务标志、符号、代码、型号或缩写，任何一方均不得声称对对方的商业名称、商标、图案、服务标志、符号、代码、型号或缩写拥有所有权。

14.6本合同的任何内容不应被视为或解释为双方之间具有合资、合伙、代理关系。

14.7本合同替代此前双方所有关于本合同事项的口头或书面的纪要、备忘录、合同和协议。

14.8甲乙双方因履行本合同或与本合同有关的一切通知都必须按照本合同中的地址，以书面信函形式或双方确认的传真或类似的通讯方式进行。采用信函形式的应使用挂号信或者具有良好信誉的特快专递送达。如使用传真或类似的通讯方式，通知日期即为通讯发出日期，如使用挂号信件或特快专递，通知日期即为邮件寄出日期并以邮戳为准。

甲方：中国电信[ ]公司

地 址：

联系人：

电 话：

传 真：

邮 编：

乙方：

地 址：

联系人：

电 话：

传 真：

邮 编：

14.9附件为本合同不可分割的部分。若附件与合同正文有任何不一致，以合同正文为准。

本合同附件为：

附件：

补充附页

经友好协商，对本合同条款补充、修改如下：

甲方：中国电信[ ]公司 乙方： [ ]

法定代表人 法定代表人

或授权代表(签字)： 或授权代表(签字)：

年 月 日 年 月 日

广告客户： \_\_\_\_\_(以下简称甲方)

代理公司： \_\_\_\_\_(以下简称乙方)

根据《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，甲乙双方经协商一致，特订立本合同。双方确认：乙方承担\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日的甲方品牌规划、策略、创意和传播工

作。

一、乙方向甲方提供下列广告及有关的行销传播代理服务，按双方商定的时限完成：

### 1. 广告及广告相关的服务

(1) 提供营销策略与整合传播策略方面的咨询及建议。

(2) 提供整体品牌的策划、创意和执行。

(3) 媒体计划的建议、分析和拟定、媒体情报的提供。

(4) 日常书面作业。

#### a. 会议记录

#### b. 竞争动态报告

#### c. 固定作业会议

### 2. 具体行销传播服务

(1) 各种整合行销传播行动(直效行销、促销、公关等)的策划、创意和执行。

(2) 品牌识别系统的建立。

(3) 各种市场调研的咨询及支持服务。

各类平面及立体辅助销售制作物的设计。

## 二、甲方责任

1. 甲方有义务向乙方提供企业、产品、市场的有关资料，从

而有利于乙方全面品牌管理工作的开展。

2. 每次相关工作，甲方应积极配合，以确保乙方按期高质完成工作任务。

3. 甲方须按合同规定期限支付相关费用。

### 三、乙方责任

(2) 合同期内，若甲方需调整经营策略，乙方应积极配合，作品牌策划的相应调整。

### 四、收费标准

1. 企划管理服务费(一个品牌):

总服务费为rmb\_\_\_\_\_万元

第一阶段：为春夏季产品产品营销而准备的先期工作：行业和竞争初步调研、品牌策略报告、品牌命名、标志设计、模特选择、摄影师选择、现场摄影、产品画册设计、产品画册印刷、拎袋设计等。

本阶段工作期至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止，服务费用为总费用\_\_\_\_\_%即rmb\_\_\_\_\_万元。

第二阶段：完整品牌规划、创意及传播计划工作：

市场调查部分：消费者专项市场调查、调研方案设计(含问卷设计、实施方案等)、市场实地调查(经销商调查等)、行业市场资料购买、行业广告媒介投放监测资料购买、竞争品牌电视、报纸广告购买□swot调研报告□

文字报告部分：品牌规划(swot分析、核心定位、品牌/产品

系列规划等)、品牌策略(市场、广告策略等)、品牌传播(媒介策略、整合传播计划等)

其他促销活动和event和相关销售工具设计

本阶段工作期至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止,服务费用为总服务费\_\_\_\_\_%即rmb\_\_\_\_\_万元。

注:模特费用、拍摄费用均已含于以上总服务费中。模特肖像权仅限用于产品包装及宣传等,使用期为一年。模特为二男二女,拍摄日期为一天。

## 2. 外发制作督导管理费:

此部分工作主要包括:为保证甲方cf影片、印刷等制作的质量,乙方对相应制作公司的评估、选择、监督、管理等。

此部分费用以以下方式收取:乙方向甲方提供制作净价(即乙方支付制作公司成本价),甲方在此基础上加付15%的督导管理费即为乙方收费总额。

## 五、付款

1. 企划管理服务费用,签约三日内付第一阶段服务费(总服务费\_\_\_\_\_%)即rmb\_\_\_\_\_万元;第一阶段工作完成甲方认可后,甲方付第二阶段费用(总服务费\_\_\_\_\_%)即rmb\_\_\_\_\_万元;第二阶段工作到达计划工作日一半时,甲方付第二阶段费用(总服务费\_\_\_\_\_%)即rmb\_\_\_\_\_万元;工作全部完成后,甲方付清第二阶段尾款\_\_\_\_\_%即rmb\_\_\_\_\_万元。

2. 品牌推广媒体费用、制作、印刷、直效行销、促销和公关费用等依据双方签署的具体合同所规定的付款方式和付款日期执行。

## 六、使用权

1. 由乙方为甲方发想的创作概念(意念、文本及图象)所有权归乙方，只要甲方能根据事先认可的服务费支付费用，乙方将赋予甲方独家、无限制及无限界地使用其创作概念。

2. 由乙方聘请之第三者，例如摄影师、插图画家、模特儿、演讲者、歌手，甲方可事前就估计费用及确保法律保障方面在区域空间或时间上限制该使用权。

3. 由甲方聘请之第三者，例如模特儿、形象代言人等一切费用由甲方负责，相关法律的遵循及维护亦由甲方负责。

七、乙方在每一工作阶段，甲方有权对乙方工作进行评估，若乙方的工作完全不能达到甲方的要求，甲方有权要求中止合同。若在工作当中，甲方完全不配合，不及时支付费用造成乙方无法工作，乙方有权要求中止合同。本合同履行地点为甲方所在地。

## 八、违约责任

乙方为甲方策划、制作的广告及有关活动，经甲方书面确认后方可实施，未经甲方确认而实施的行为由乙方承担责任，并赔偿甲方一定的损失;经甲方确认后实施的活动，若甲方提出变更或终止，所产生损失由甲方承担。时间进度按书面规定形式进行，若出现拖延、违约现象，违约方承担赔偿责任。

九、本合同未尽事宜，双方应协商解决，本合同经双方签字盖章后，于\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日起生效。本合同一式\_\_\_\_\_份，双方各执两份，作为重要文件存档。

甲方(签章)：\_\_\_\_\_乙方(签章)：\_\_\_\_\_

代表：\_\_\_\_\_代表：\_\_\_\_\_

开户银行： \_\_\_\_\_ 开户银行： \_\_\_\_\_

帐号： \_\_\_\_\_ 帐号： \_\_\_\_\_

日期： \_\_\_\_\_ 日期： \_\_\_\_\_