

最新文旅项目战略框架协议 战略合作框架协议协议书(汇总6篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。相信许多人会觉得范文很难写？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

文旅项目战略框架协议篇一

乙方：_____

按照平等互利、团结协作、优势互补、共同发展的原则，经甲乙双方友好协商，达成如下协议条款。

一、总则

- 1、本协议为双方长期性合作协议，甲乙双方根据本协议给予对方战略合作伙伴地位。
- 2、合作双方是独立的平等伙伴，按照双约定的合作范围履行相关职责和义务。

二、合作内容

1、工程管理

甲乙双方建立工程管理交流平台，就钢结构专业工程管理方面进行充分的信息交流，以期提高双方的工程管理水平，降低工程管理成本，研究探讨符合钢结构专业特点的工程管理模式。

2、市场开发

随着企业规模的日益扩大，甲乙双方均有扩大市场辐射力，提高市场占有率的强烈需求。甲乙双方在企业所在地都有一定的知名度和影响力，在生产资源、技术装备方面互补性明显。双方同意在市场开拓方面相互支持，在重大工程项目的招标、生产安装等方面进行战略合作。具体合作方式结合工程项目，本着“友好、互惠”的原则，由双方协商确定。

3、技术合作

甲乙双方成立以总工程师为首的技术交流小组，就轻钢、网架、工业重钢等钢结构专业的技术设计、生产工艺、新产品研发等方面进行全方位的合作。双方承诺在对方生产过程中存在无法独自克服的技术难题时，由双方总工程师负责成立技术攻关小组，共同研究制定解决方案，技术上给予对方强力支持。在合作过程中取得的技术成果，由双方共享。

4、生产合作

甲乙双方同意在对方生产能力、施工能力无法满足市场需要时，以优于市场价格的条件，给予对方加工制造资源和施工资源的支持，且双方应优先考虑对方的需求。

三、其他

- 1、本协议的变更必须由甲乙双方协商，并以书面形式确定。
- 2、本协议一式四份，甲乙双方各两份，具有同等法律效力。
- 3、本协议经双方代表签字盖章生效，建立长期稳定的战略合作关系。
- 4、本协议未尽事宜，由甲乙双方协商解决。

文旅项目战略框架协议篇二

乙方：_____

实践中，需要根据双方实际的合作方式、项目内容、权利义务等，修改或重新拟定条款。

为了更好的促进中医药事业的发展，解除广大患者的疾苦，经我部研究决定，特聘请_____医师，进行医疗业务合作，在我部成立_____科室。

经双方友好协商达成如下协议，信守诺言，自觉遵守。

一、乙方必须是正规的医疗机构或个人，并且拥有合格的医疗卫生设备及技术人员。

二、乙方医务人员应向甲方提交合法有效的执业证件，经审核批准后方可录用。

三、甲方是本医疗机构的主体和法人，行使对门诊部的业务行政管理，服从和接受上级卫生行政部门领导，接受政府有关职能部门的检查和法律监督。

乙方为门诊部业务活动的一部分，要服从统一的业务行政管理，遵守各项规章制度，自觉维护整体利益和形象，共同努力搞好医疗服务。

风险提示：

应明确约定合作各方的权利义务，以免在项目实际经营中出现扯皮的情形。

再次温馨提示：因合作方式、项目内容不一致，各方的权利义务条款也不一致，应根据实际情况进行拟定。

四、甲方给乙方提供医疗用房、办公桌椅、保障电源照明、冬季取暖和日常用水。

五、费用。

乙方在协议签订后须向甲方交纳风险抵押金_____元。

甲方在乙方每日的总收入中提取_____%的管理费，以便甲方进行有效的协调与管理。

双方在解除协议后如无医疗事故、纠纷、债务等问题，甲方如数退还给乙方风险抵押金。

六、乙方每月初向甲方交纳管理费，_____元间月。

七、乙方必须严格按照国家医疗卫生行业标准运作，最大限度的降低医疗事故及医疗纠纷的发生率，确保不发生重大医疗事故。

如发生医疗纠纷或事故，一般应由当事人双方协商解决，如有需要，医院可帮助协调处理，但因事故或纠纷而导致的诉讼费、赔偿等费用由乙方负责。

八、乙方使用的药品统一由药房凭处方发放给患者，财务统一收费，科室不得自行卖药和收费。

九、乙方使用的医疗文书（处方、登记本、病历卡等）、工作服由甲方统一提供，并按实际价格收取费用。

十、乙方做广告宣传事宜，甲方提供方便，费用由乙方负责。

十一、乙方制作科普知识或专科特色宣传展牌，可先做出小样，经甲方领导批准同意，可悬挂本科室内或指定的地点，不得随意对外横挂宣传条幅或牌照。

十二、如发生突发公共卫生事件，乙方应服从调动，积极参与救治和防病活动。

十三、甲乙双方要遵纪守法，强化法律和职业道德，相互团结，互相尊重，加强沟通，为患者提供良好服务。

十四、此合同双方同意不再履行公正手续，自签字之日起生效。

十五、此合同书一式_____份，甲、乙方各_____份。

未尽事宜甲乙双方协商解决。

十六、合同期限。

本合同有效期暂定为_____年，到期后双方根据情况续签或解除合同。

法定代表人签字：_____

签约时间：_____年____月____日

乙方：_____

法定代表人签字：_____

签约时间：_____年____月____日

文旅项目战略框架协议篇三

甲方：

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：

实践中，需要根据双方实际的合作方式、项目内容、权利义务等，修改或重新拟定条款。

为了更好的促进中医药事业的发展，解除广大患者的疾苦，经我部研究决定，特聘请_____医师，进行医疗业务合作，在我部成立_____科室。

经双方友好协商达成如下协议，信守诺言，自觉遵守。

一、乙方必须是正规的医疗机构或个人，并且拥有合格的医疗卫生设备及技术人员。

二、乙方医务人员应向甲方提交合法有效的执业证件，经审核批准后方可录用。

三、甲方是本医疗机构的主体和法人，行使对门诊部的业务行政管理，服从和接受上级卫生行政部门领导，接受政府有关职能部门的检查和法律监督。

乙方为门诊部业务活动的一部分，要服从统一的业务行政管理，遵守各项规章制度，自觉维护整体利益和形象，共同努力搞好医疗服务。

风险提示：

应明确约定合作各方的权利义务，以免在项目实际经营中出现扯皮的情形。

再次温馨提示：因合作方式、项目内容不一致，各方的权利义务条款也不一致，应根据实际情况进行拟定。

四、甲方给乙方提供医疗用房、办公桌椅、保障电源照明、冬季取暖和日常用水。

五、费用。

乙方在协议签订后须向甲方交纳风险抵押金_____元。

甲方在乙方每日的总收入中提取_____%的管理费，以便甲方进行有效的协调与管理。

双方在解除协议后如无医疗事故、纠纷、债务等问题，甲方如数退还给乙方风险抵押金。

六、乙方每月初向甲方交纳管理费，_____元间月。

七、乙方必须严格按照国家医疗卫生行业标准运作，最大限度的降低医疗事故及医疗纠纷的发生率，确保不发生重大医疗事故。

如发生医疗纠纷或事故，一般应由当事人双方协商解决，如有需要，医院可帮助协调处理，但因事故或纠纷而导致的诉讼费、赔偿等费用由乙方负责。

八、乙方使用的药品统一由药房凭处方发放给患者，财务统一收费，科室不得自行卖药和收费。

九、乙方使用的医疗文书(处方、登记本、病历卡等)、工作服由甲方统一提供，并按实际价格收取费用。

十、乙方做广告宣传事宜，甲方提供方便，费用由乙方负责。

十一、乙方制作科普知识或专科特色宣传展牌，可先做出小样，经甲方领导批准同意，可悬挂本科室内或指定的地点，不得随意对外横挂宣传条幅或牌照。

十二、如发生突发公共卫生事件，乙方应服从调动，积极参与救治和防病活动。

十三、甲乙双方要遵纪守法，强化法律和职业道德，相互团结，互相尊重，加强沟通，为患者提供良好服务。

十四、此合同双方同意不再履行公正手续，自签字之日起生效。

十五、此合同书一式_____份，甲、乙方各_____份。

未尽事宜甲乙双方协商解决。

十六、合同期限。

本合同有效期暂定为_____年，到期后双方根据情况续签或解除合同。

甲方：

法定代表人签字： 签约时间： _____年____月____日

乙方：

法定代表人签字： 签约时间： _____年____月____日

文旅项目战略框架协议篇四

在现在社会，协议书在生活中的使用越来越广泛，协议书能够成为双方当事人的合法依据。想必许多人都在为如何写好协议书而烦恼吧，下面是小编为大家收集的旅游战略合作框架协议协议书，欢迎大家分享。

甲方：

住所：

联系电话：

乙方：

住所：

联系电话：

本着诚意合作、整合资源、发挥优势、实现共赢的目标，经友好协商，甲、乙双方自愿结成_____旅游市场开发战略合作伙伴，共同打造_____旅游品牌，推进_____旅游业持续快速地增长。

_____年_____月_____日至_____年_____月_____日止。

坚持竞争导向，互惠双赢，以德待人、以诚经营，促进_____旅游产业的迅速发展。

采取业绩与合作诚意为主要考核方式的办法，通过联合营销、广告置换、效果奖励等方式共同开发市场。

1、乙方在各营业场所优先宣传甲方旅游产品，乙方的大型宣传活动应将_____旅游作为宣传活动的重要部分。

2、乙方同意尽最大能力组织游客来_____。

3、甲方保证乙方在政策允许的同等条件下，有权优先开发_____旅游资源及旅游市场。

4、在符合各项审核条件的情况下，甲方将以_____星级酒店住房、景区门票资源、现金补贴等方式给予乙方宣传_____旅游广告费用相应置换，促进乙方积极开拓_____旅游市场。具体置换办法由双方根据具体业务另行商议确定。

5、甲方将根据乙方要求，视情况配合乙方的大型_____旅游宣传活动，经协商甲方可以_____星级酒店住房、景区门票资源、现金等方式补贴乙方部分宣传费用。

6、甲方将根据乙方要求，视情况在乙方市场投入相应的其他广告，开展相应的宣传活动，为乙方促销提供条件。

7、甲方同意在力所能及的范围内对乙方的市场开拓工作提供方便，为乙方在甲方地界的正常经营提供协助。

8、甲方将根据乙方的要求，视情况推出乙方市场需要的产品。

甲方（签字）：

签订地点：

_____年_____月_____日

乙方（签字）：

签订地点：

_____年_____月_____日

文旅项目战略框架协议篇五

甲方：

乙方：

甲乙双方本着平等互利、优势互补、共赢发展的目标，

依据《民法典》及其它相关法律法规，就建立医药市场战略性伙伴关系事宜，经诚恳、友好协商，达成以下协议：

一、合作背景

经营企业，主要经营等，在业内具有良好的企业声誉和形象力，其在地区销售市场覆盖面积很广，年销售额可达亿元。

二、合作意义

(一)联合打造强势品牌。

甲方利用其享誉全国的品牌

竞争优势，帮助乙方巩固和开发当地销售市场，努力扶植乙方成为该地区医药商业企业的“龙头”企业，联合打造该地区医药销售中心。

(二)优势互补，资源共享。

乙方可利用甲方超强的库

存，实现零库存销售，也可利用甲方的销售网络，优先推销自己独家代理品种，利润无处不在，风险降至最低。

(三)软件支撑，硬件推进。

甲方自主研发出的远程开票程序，技术先进，操作方便，保密性强。远程开票，同步进行，并以覆盖全国的物流畅通体系，为乙方提供及时、准确、高效的药品配送服务。

三、合作内容

双方一致同意以各自的资源、资金、产品及品牌为基础，

(一)甲方选择乙方作为(省、市、县)唯一

战略合作伙伴，负责该地区客户资源的巩固与开发，最终双

方成立股份合作企业，打造成为中南地区药品集散中心。

(二)甲方提供远程开票软件和程序，派员进驻乙方，或由乙方独立开展远程开票、查询业务。

(三)乙方作为甲方战略合作伙伴，由甲方帮其建立与甲方数据同步数据分中心。帮助乙方软件升级，与华源数据对接、导入等。

(四)资金结算方式：货到验收后付款(但最长结算时间不超过_天)。

(五)乙方负责提供甲方派驻工作人员的办公和营业场所，甲方将以优惠的加盟条件(包括服务、价格等)给乙方。

(六)双方在市场营销中，互相支持，资源信息实现共享。

四、权利和义务

(一)本战略合作关系不改变双方各自独立地位和原有在合作的各个领域沟通协作，风险同担，利益共享。的隶属关系，双方均有独立进行经济活动的自主权，以各自的名义经营并对外承担责任。

(二)双方均以自己的名义对外签署协议，未经双方书面授权或许可，任何一方不得以对方的名义进行商务活动，或擅自以对方的名义对外做任何承诺。否则，应承担由此而给对方造成的损失。

(三)双方代理协议以外的产品与服务均具有绝对的独立性，各自对其产品及服务承担法律责任。

(四)乙方所有从甲方购进的药品如发生质量问题，按国家法律、法规及双方签订的质量保证协议进行处理。

(五)乙方保证每年最低销售额20__万元，如完不成任务或连续两个月没有采购数额的，甲方取消对乙方的保护，并关闭已开通的远程开票程序，重新开发其它新客户。

(六)乙方作为甲方的会员，每年应向甲方缴纳元的电子商务费。

(七)根据乙方完成销售额的多少，甲方每年向乙方返利%。

五、保密规定

任何一方对因在合作期间知晓的另一方的商业秘密，包括对方的资金、财务状况、代理价格、客户资料、药品信息资源等，在合作期内以及合作终止后，只要该信息尚未经对方自行公开而成为公众信息的前提下，双方均负有保密义务。

未经对方授权许可，任何一方不得将该商业秘密以任何方式泄露给第三方，否则，应赔偿由此而给对方造成的一切损失。

六、合作期限

本协议的有效期为年，自签订之日起生效。

七、补充与变更本协议未尽事宜，双方应友好协商，签订补充协议。

如遇不可抗力因素(战争、灾疫等)影响，本协议自动解除。

本协议以及与本协议相关的其它购销合同、协议等发生争议，并协商不成的，在甲方所在地人民法院处理。

本协议壹式份，双方各执份。

甲方： 乙方：

地址：地址：

电话：电话：

传真：传真：

年月日年月日

文旅项目战略框架协议篇六

(甲方)：

(乙方)：

第一条：根据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国广告法》等有关法律法规规章的规定，甲乙双方在自愿、平等、协商一致的基础上，就甲方在乙方所属的新闻媒体上发布广告签订本合同。

第二条广告发布概况：

(二)广告发布平台：

(三)广告发布时间：

(四)广告发布次数：

第三条广告费及支付方式：

本合同广告费为：人民币元，大写(人民币元整)

合同签订后5个工作日内，甲方支付给乙方合同总额人民币元(大写人民币元整)

户名：

开户行：

账号：

第四条发布广告的准则

双方应当共同遵循的准则：广告内容应当有利于人民的身心健康，促进商品和服务质量的提高，保护消费者的合法权益，遵守社会公德和职业道德，维护国家的尊严和利益。

第五条甲方的权利和义务

一、甲方提供的微信广告内容应当均为直发广告，均不得含有微信活动性质。

二、微店、2、无资格认证的医疗和保健品，内容中含有虚假广告宣传成分的，吸粉意图明显的、甲方招商信息、潜在对河北青年报粉丝造成利益受损的广告，乙方均有权拒绝发布。

三、甲方提供的广告应当在广告发布日的2天前与乙方进行协商，如乙方已存在已经敲定的广告内容，甲方需要向乙方协商发布，协商不成乙方有权拒绝发布。

(注：如甲乙双方有同一条广告发布，乙方有权拒绝发布该条广告。

)

四、甲方提供的广告内容不得违背我国《广告法》及相关法律法规和规章等关于广告发布的规定，具体有十二项(根据具体类别广告适用相对要求)：

1、甲方提供的广告不得有下列情形：

- (一)使用中华人民共和国国旗、国徽、国歌；
- (二)使用国家机关和国家机关工作人员的名义；
- (三)使用国家级、最高级、最佳等用语；
- (四)妨碍社会安定和危害人身、财产安全，损害社会公共利益；
- (五)妨碍社会公共秩序和违背社会良好风尚；
- (六)含有淫秽、迷信、恐怖、暴力、丑恶的内容；
- (七)含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容；
- (八)妨碍环境和自然资源保护。

2、甲方提供的广告不得损害未成年人和残疾人的身心健康。

3、甲方提供的广告中对商品的性能、产地、用途、质量、价格、生产者、有效期限、允诺或者对服务的内容、形式、质量、价格、允诺有表示的，应当清楚、明白。

4、广告中表明推销商品、提供服务附带赠送礼品的，应当标明赠送的品种和数量。

广告中使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语，应当真实、准确，并表明出处。

5、广告中如果涉及专利产品或者专利方法的，应当标明专利号和专利种类。

未取得专利权的，不得在广告中谎称取得专利权。

禁止使用未授予专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效

的专利做广告。

6、广告内容不得贬低其他生产经营者的商品或者服务。

7、药品、医疗器械广告不得有下列内容：

(一)含有不科学的表示功效的断言或者保证的；

(二)说明治愈率或者有效率的；

(三)与其他药品、医疗器械的功效和安全性比较的；(四)利用医药科研单位、学术机构、医疗机构或者专家、医生、患者的名义和形象作证明的。

8、药品广告的内容必须以国务院卫生行政部门或者省、自治区、直辖市卫生行政部门批准的说明书为准。

国家规定的应当在医生指导下使用的治疗性药品广告中，必须注明“按医生处方购买和使用”。

9、农药广告不得有下列内容：

(一)使用无毒、无害等表明安全性的绝对化断言的；

(二)含有不科学的表示功效的断言或者保证的；

(三)含有违反农药安全使用规程的文字、语言或者画面的；

(四)法律、行政法规规定禁止的其他内容。

10、食品、酒类、化妆品广告的内容必须符合卫生许可的事项，并不得使用医疗用语或者易与药品混淆的用语。

11、提供的广告中使用他人名义、形象的，应当事先取得他人的书面同意；使用无民事行为能力人的名义、形象的，应当

事先取得其监护人的书面同意。

12、甲方应向乙方提交广告带所涉及的其他人民事权利的合法使用许可证明。

在广告中使用他人名义、形象的，应当事先取得他人的书面同意，使用无民事行为能力人、限制民事行为能力人的名义、形象的，应当事先取得其监护人的书面同意。

四、甲方应按照合同约定的金额、时间、方式支付合同价款。

五、甲方不得擅自更改或撤销广告订单。

如因特别原因需要撤

销广告发布订单的，应在广告发布日的2天前，以书面签章形式通知乙方。

六、因乙方原因造成广告无法按期发布的，甲方有权要求乙方顺延履行。

因发布延迟给甲方带来损失的，甲方有权要求乙方赔偿。

如延迟发布将无法实现合同目的的，与乙方协商一致，甲方有权解除合同。

第七条、乙方权利义务

1乙方合法拥有本合同约定媒体的广告发布资格。

2乙方应按照双方约定发布广告。

3乙方有权要求甲方提交《广告法》第二十四条规定的广告发布所需要提供的证明文件。

5甲方提供的广告内容及其表现形式不符合法律规定的，或者标题内容出现夸张、暴力、血腥、色情、侮辱性词汇、反党反社会的，乙方有权进行修改。

第八条：违约责任

(一)甲方未按照约定付款的，每逾期一天按照未支付金额的150‰支付违约金。

逾期付款时间超过30日，乙方有权解除合同。

(二)乙方已尽法定审查义务，而因甲方提供虚假证明材料，造成广告作品侵犯第三方合法权益的，则由甲方承担全部责任(包括民事、行政、刑事责任)。

(三)乙方原因造成甲方广告未按约定发布的，甲方可要求乙方另行约定继续发布。

(四)方不得擅自改变约定发布广告的条数及内容。

因特别原因乙方需将甲方广告调整至其他条数的，需在发布日的2天前，双方协商处理。

第九条、因重大突发新闻事件致使广告无法按约定发布的，可由甲乙双方协商解决。

第十条、甲、乙双方不得擅自改变约定发布广告的条数和内容。

第十一条、因党和国家、省市党委政府时政新闻和重大活动等及政策影响或不可抗力原因(地震、水灾、火灾灾害等不仅限于此)，造成甲方广告未按约定发布的，乙方在合理期限内对甲方履行通知义务后，不承担法律法规和本合同规定的违约责任。

因不可抗力或其它非乙方能够控制的因素，不能正常发布微信的，乙方不承担违约责任，但应给予甲方相应的补发。

第十二条、纠纷的处理。

如发生合同争议, 双方协商解决，协商不成也可选择向合同履行地石家庄市区人民法院提起诉讼。

第十三条：本合同一式两份，自甲、乙双方法定代表人签字(或者法定代表人书面授权的代表人签名)及双方单位盖章之日起生效。

甲、乙双方各执一份，具有同等法律效力。

甲方： 乙方：

代表人(签字)： 代表人(签字)：

电话： 电话：

邮政编码： 邮政编码：

传真： 传真：