# 推广预算合同范本(汇总36篇)

来源：网络 作者：平静如水 更新时间：2024-01-04

*推广预算合同范本1甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_根据《^v^经济合同法》、《^v^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...*

**推广预算合同范本1**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

根据《^v^经济合同法》、《^v^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(海拉尔世纪天伦酒店)品牌规划、策略、创意和传播宣传工作。

一、乙方提供合同服务项目内容

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)提供酒店营销策略与整合传播策略方面的咨询及建议。

(2)提供酒店整体品牌的策划、创意和执行。

(3)选用媒体传播计划的建议、分析和拟定、媒体情报的提供。

(4)日常书面作业。

a.合作期间的会议记录

b.竞争动态报告

c.固定作业会议

2.具体行销传播服务

(1)酒店各种整体行销传播行动的策划、创意和执行。

(2)酒店品牌识别系统的建立。

(3)同行业各种市场调研的咨询及支持服务。

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

(1)乙方应根据甲方总体经营策略的要求，准确、及时地提供甲方品牌形象的创意策划方案;

(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\_40\_万元

第一阶段：行业和竞争初步调研、品牌策略报告、品牌命名、标志设计、酒店宣传册设计、酒店服务介绍卡片印刷、拎袋设计等。本阶段工作期至\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日止，服务费用为总费

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)、行业市场资料购买等。

创意设计部分：品牌产品VI使用规范、核心广告语、包装设计、电视广告创意3个、报纸/杂志等广告设计等

本阶段工作期至\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日止，服务费用为总服务费40%即：RMB\_\_16\_\_\_万元。

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。

五、付款

1.企划管理服务费，签约三日内付第一阶段服务费(总服务费\_30\_%)即RMB\_12万元;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\_20\_%)即RMB\_8\_万元;第二阶段工作到达计

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、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。

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、其他事宜

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(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**推广预算合同范本2**

合同编号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲方（被代理人）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定住址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

职务：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

委托代理人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

身份证号码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

通讯地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

邮政编码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方（代理人）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定住址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

职务：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

委托代理人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

身份证号码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

通讯地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

邮政编码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲乙双方本着自愿、平等、互惠互利、诚实信用的原则，经充分友好协商，就乙方销售代理甲方\_\_\_\_\_\_\_\_\_产品的相关事宜，订立如下合同条款，以资共同恪守履行。

一、代理区域

1、乙方的代理区域为：\_\_\_\_\_\_\_\_\_地区。

2、代理区域扩大或缩小的条件及方法：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

二、代理产品

1、乙方代理销售甲方的产品为：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2、代理商品种类增减的条件及方法：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3、约定新产品（是/否）包括在内：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

三、代理权限

1、甲方授权乙方为\_\_\_\_\_\_\_\_\_地区的独家代理商，全面负责该地区的销售和经销商管理。

2、甲方不得在乙方代理区域内另设其他代理或经销商。如出现上述情况，甲方须退还乙方保证金，乙方有权立即终止代理合同及得到相应补偿。

3、乙方严禁跨区域窜货，对有跨区域窜货行为的乙方，甲方将取消其代理资格，本合同将自动终止。

4、乙方在代理经营甲方产品的同时，必须禁止经营其他对甲方有竞争有冲击的同类产品。否则甲方有权追究乙方的违约责任。

5、对于乙方代理的销售区域，乙方可以根据实际情况制订销售政策，原则上甲方不予干涉，但乙方对于自己以及下属经销商的经销行为负无限连带责任。

四、代理期限

1、本合同的代理期限为\_\_\_\_\_\_\_\_\_年，从本合同签订之日起至\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日止。双方可根据本合同的约定提前终止或续期。

2、乙方要求对本合同续期的，应至少在本合同期限届满前提前\_\_\_\_\_\_\_\_\_个月向甲方书面提出。甲方同意的，与乙方签订续期合同。

3、甲、乙双方约定，在本合同期限届满时，乙方满足以下条件可以续约：

（1）较好地履行了本合同的义务，没有发生过重大违约行为；

（2）已经向甲方支付了到期的全部款项；

（3）签署放弃可针对甲方提起诉讼和仲裁的文件；

（4）同意向甲方支付\_\_\_\_\_\_\_\_\_元的续约费；

（5）\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

五、最低代理销售额

乙方承诺每月向甲方的订货量为\_\_\_\_\_\_\_\_\_，乙方保证一个会计年度的营业收入均不得低于\_\_\_\_\_\_\_\_\_元。如果连续\_\_\_\_\_\_\_\_\_年不能完成销售指标的，甲方有权取消乙方代理资格。

六、代理商品价格

1、配送价格：甲方向乙方统一配送产品的价格，按照成本价格加管理费的办法确定，但管理费最多不得超过成本价格的\_\_\_\_\_\_\_\_\_％。成本价格由进项价格、进项税、包装费、运费及\_\_\_\_\_\_\_\_\_构成。甲方除向乙方收取资格审查费和销售返利以外，不得向乙方收取其他费用或牟取任何利益。

2、销售价格：乙方应当按照甲方建议（规定）的零售价格销售产品（服务）。乙方不得擅自调整规定的产品销售价格或以收取\_\_\_\_\_\_\_\_\_费用等方式变相加价。如果甲方建议（规定）的零售价格不符合本地区市场情况，乙方需调整销售价格时，应当向甲方报告。甲方应当根据系统的统一性要求和乙方所处地区的市场情况综合考虑，作出调整价格的决定。

七、佣金

1、乙方的佣金以每次售出并签字的协议产品为基础，其收佣百分比如下：\_\_\_\_\_\_\_\_\_元按\_\_\_\_\_\_\_\_\_％收佣；\_\_\_\_\_\_\_\_\_元按\_\_\_\_\_\_\_\_\_％收佣。

2、佣金以发票金额计算，任何附加费用如包装费、运输费、保险费、海关税或由进口国家征收的关税等应另开发票。

3、佣金按成交的货币来计算和支付。

4、甲方每季度应向乙方说明佣金数额和支付佣金的有关商务，甲方在收到货款后，应在30天内支付佣金。

5、乙方所介绍的询价或订单，如甲方不予接受则无佣金。若乙方所介绍的订单合约已中止，乙方无权索取佣金，若该合约的中止是由于甲方的责任，则不在此限。

八、商情报告

1、乙方有权接受客户对产品的意见和申诉，并及时通知甲方，以关注甲方的切身利益为宜。

2、乙方应尽力向甲方提供商品的市场和竞争等方面的信息，每\_\_\_\_\_\_\_\_\_个月需向甲方寄送工作报告。

3、甲方应向乙方提供包括销售情况、价目表、技术文件和广告资料等一切必要的信息。甲方还应将产品价格、销售情况或付款方式的任何变化及时通知乙方。

九、推销、宣传与广告

1、乙方是\_\_\_\_\_\_\_\_\_市场的全权代理，应收集信息，争取客户，尽力促进产品的销售。

2、乙方有义务通过广告活动，宣传代理产品（服务），并按照本合同的规定负担广告与宣传费用。

3、甲方通过制定总体广告计划及其他规定，实施产品的广告计划和发布广告；乙方应按照甲方的要求在代理区域内发布促销广告，开展促销活动。

4、乙方应当执行甲方对广告活动的要求，不得违反规定发布广告。

5、乙方可自行策划并实施针对代理区域市场特点的广告宣传或促销推广活动，但必须获得甲方事先书面同意，并在甲方指导下进行。

十、购货与销售

1、乙方需货时，应向甲方发出书面订单，一般应在每月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日以前向甲方下达下一月度订单，并在提货前全额支付货款。

（1）甲方收到乙方全额货款后交付货物，交货地点为乙方所在地。

（2）甲方可代乙方发货，乙方承担铁路货运或汽运费，航空货运费等，发货方式由乙方确定。

（3）甲方将在发货后将货运单据传真或寄至乙方。货运时间以货运单据上标明的时间为准。

2、乙方须在收到货物后\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内对产品的质量进行检验，因产品质量及包装不符合质量标准的，或者产品的保质期已经超过规定标准的，由甲方予以换货或退货。

十一、监督、培训及售后服务

1、甲方应当在不影响乙方正常营业的前提下，定期或不定期对乙方的经营活动进行辅导、检查、监督和考核。乙方应当遵循甲方或其委派的督导员在经营过程中的建议和指导。

2、乙方应当保持完整、准确的交易记录，在每月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日前向甲方递交上月的总营业收入的财务报表。

3、在本合同有效期内，甲方每年应对乙方或其指定承担管理职责的人员提供不少于\_\_\_\_\_\_\_\_\_次的业务培训。培训费用由甲方负担，但参加培训人员的差旅费自负。

4、在本合同有效期内，甲方应持续地对乙方提供开展经营所必需的营销、服务或技术上的指导，并向乙方提供必要的协助。

5、甲方为乙方提供的产品严格按照甲方提供的质保书和国家的相关规定进行质保服务。

6、乙方在销售完成后，应按甲方要求填写客户登记表，并应于每月定期以传真或其他形式向甲方返回客户登记表，以便于日后的售后服务和例行巡检工作。

7、当乙方发生售后服务要求时，乙方应书面通知甲方服务要求和内容，甲方应在收到乙方通知的\_\_\_\_\_\_\_\_\_小时内给予答复，确认服务内容和时间，同时，甲方向乙方提供\_\_\_\_\_\_\_\_\_小时售后服务热线联络服务。

十二、知识产权

1、甲方许可乙方使用甲方拥有的商标（商号、标志）、专利、著作权、商业秘密等，乙方在代理区域内享有独占许可（排他许可或普通许可）的权利。

2、甲方对许可乙方使用的商标（商号、标志）、专利、著作权、商业秘密等的权利作出下列限制和保留：

（1）仅限于销售代理经营的目的；

（2）甲方许可的第三人在代理区域内以\_\_\_\_\_\_\_\_\_方式使用商业秘密；

（3）《商标许可使用协议》或《商业秘密许可使用协议》或《专利实施许可协议》或\_\_\_\_\_\_\_\_\_作出的其他限制与保留。

3、乙方应经常视察市场，如发现第三方侵犯甲方的工业产权或有损于甲方利益的任何非法行为，乙方应据实向甲方报告。乙方应尽最大努力并按照甲方的指示，帮助甲方使其不受这类行为的侵害，甲方将承担正常代理活动以外的此类费用。

4、乙方不应与甲方或帮助他人与甲方竞争，乙方更不应制造代理产品或类似于代销的产品，也不应从与甲方竞争的任何企业中获利。同时，乙方不应代理或销售与代理产品相同或类似的（不论是新的或旧的）任何产品。

5、乙方在本合同终止后的\_\_\_\_\_\_\_\_\_年内，乙方不能生产和销售同类产品予以竞争，本合同终止后的\_\_\_\_\_\_\_\_\_年内，乙方也不能代理其他类似产品，予以竞争。

6、所有产品设计和说明均属甲方所有，乙方应在协议终止时归还给甲方。

十三、合同转让

1、在本合同有效期内，乙方应当独立自主地经营代理业务，禁止以承包、租赁、合作、委托或其他任何方式将代理销售业务全部或部分转移给第三人经营管理。

2、未经甲方书面同意，乙方不得转让本合同。

（1）乙方要求转让本合同时，应当将转让的理由及转让条件、受让人按照本合同规定制作的信息披露文件等情况报告甲方，由甲方作出是否同意转让的决定。

（2）乙方转让本合同时，在同等条件下，甲方指定的第三人有优先受让的权利。在甲方向乙方发出优先受让的通知后，乙方不得撤销转让或变更转让价格与转让条件，否则，乙方在\_\_\_\_\_\_\_\_\_年内不得进行转让。

（3）乙方转让本合同，受让人应当与甲方重新签订代理销售合同。

十四、合同变更

1、为适应市场竞争的需要，甲方有权对本合同进行适当变更，但变更必须是善意与合理的，且不得与主合同及合同附件中的附属协议的内容相抵触。

2、甲方应当将合同变更的原因、可行性及有关事项，在规定的变更时间前\_\_\_\_\_\_\_\_\_天通知乙方。

3、乙方应当按照甲方的规定在代理区域内实行变更，并及时将实施的情况报告甲方。

4、在本合同期满续订合同时，甲方有权以新制定的销售代理合同代替本合同。对本合同的修订应基于合理和善意的准则，且新制定的销售代理合同文本应当适用于全部的代理销售商。

十五、合同终止

1、本合同因下列情况而终止：

（1）合同期限届满，甲乙双方不再续签本合同；

（2）甲乙双方通过书面协议解除本合同；

（3）因不可抗力致使合同目的不能实现的；

（4）在合同期限届满之前，当事人一方明确表示或以自己的行为表明不履行合同主要义务的；

（5）当事人一方迟延履行合同主要义务，经催告后在合理期限内仍未履行；

（6）当事人有其他违约或违法行为致使合同目的不能实现的；

（7）一方宣告破产或宣告解散；

（8）法院、政府等行政行为要求代理商终止营业；

（9）\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

2、本合同终止后，乙方应立即停止使用与代理销售有关的甲方任何的标识及知识产权。

3、乙方应在本合同终止之日起\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内返还甲方为履行本合同而提供的所有物品，包括文件及其副本或其他任何复制品。

4、本合同终止之日存在的全部完好无损、尚在保质期内、可以再次使用或销售的剩余产品的处理方式为：

甲方以原售价回购；

乙方自行处理；

\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

十六、合同解除

1、甲方有下列行为之一的，乙方有权书面通知单方解除合同，解除合同的通知在到达甲方时生效：

（1）在本合同签订时不符合法律、法规关于代理商资格的强制性规定致使乙方遭受经济损失的；

（2）在签订本合同前未按法律、法规规定提供代理相关信息或提供虚假信息致使乙方遭受经济损失的；

（3）在本合同签订时不具备或本合同有效期内丧失相关知识产权的所有权或使用权，导致第三方向乙方主张相关权利的；

（4）因产品质量问题引起大量投诉并被主要媒体曝光，品牌形象和价值及企业商誉受到严重损害的。

（5）无故停止向乙方供应代理产品；

（6）公开许可乙方使用的商业秘密的，致使乙方遭受经济损失的；

（7）甲方不履行或不完全履行本合同项下的任何义务，乙方书面通知其\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内更正，逾期未更正的；

（8）\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

2、乙方有下列行为之一的，甲方有权书面通知其更正，乙方应在接到通知后\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内更正，逾期未更正的，甲方有权书面通知单方解除合同，解除合同的通知在到达乙方时生效：

（1）擅自代理销售其他产品或服务；

（2）因管理和服务问题引起大量投诉或被主要媒体曝光批评，严重损害甲方经营体系的商誉；

（3）未经甲方事先书面同意擅自全部或部分转让本合同；

（4）故意向第三人泄露甲方的商业秘密的；

（5）故意向甲方报告错误的或误导性的信息；

（6）违反竞业禁止的规定参与竞争的；

（7）连续\_\_\_\_\_\_\_\_\_年未能完成销售指标，受到甲方\_\_\_\_\_\_\_\_\_次以上处罚，屡教不改的；

（8）乙方逾期支付本合同项下的任何款项，逾期超过\_\_\_\_\_\_\_\_\_天，仍不改正的；

（9）\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

十七、声明及保证

（一）甲方：

1、甲方为一家依法设立并合法存续的企业，有权签署并有能力履行本合同。

2、甲方签署和履行本合同所需的一切手续（\_\_\_\_\_\_\_\_\_）均已办妥并合法有效。

3、在签署本合同时，任何法院、仲裁机构、行政机关或监管机构均未作出任何足以对甲方履行本合同产生重大不利影响的判决、裁定、裁决或具体行政行为。

4、甲方为签署本合同所需的内部授权程序均已完成，本合同的签署人是甲方法定代表人或授权代表人。本合同生效后即对合同双方具有法律约束力。

（二）乙方：

1、乙方为一家依法设立并合法存续的企业，有权签署并有能力履行本合同。

2、乙方签署和履行本合同所需的一切手续（\_\_\_\_\_\_\_\_\_）均已办妥并合法有效。

3、在签署本合同时，任何法院、仲裁机构、行政机关或监管机构均未作出任何足以对乙方履行本合同产生重大不利影响的判决、裁定、裁决或具体行政行为。

4、乙方为签署本合同所需的内部授权程序均已完成，本合同的签署人是乙方法定代表人或授权代表人。本合同生效后即对合同双方具有法律约束力。

十八、保密

甲乙双方保证对在讨论、签订、执行本协议过程中所获悉的属于对方的且无法自公开渠道获得的文件及资料（包括商业秘密、公司计划、运营活动、财务信息、技术信息、经营信息及其他商业秘密）予以保密。未经该资料和文件的原提供方同意，另一方不得向任何第三方泄露该商业秘密的全部或部分内容。但法律、法规另有规定或双方另有约定的除外。保密期限为\_\_\_\_\_\_\_\_\_年。

十九、通知

1、根据本合同需要一方向另一方发出的全部通知以及双方的文件往来及与本合同有关的通知和要求等，必须用书面形式，可采用\_\_\_\_\_\_\_\_\_（书信、传真、电报、当面送交等）方式传递。以上方式无法送达的，方可采取公告送达的方式。

2、各方通讯地址如下：\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

3、一方变更通知或通讯地址，应自变更之日起\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内，以书面形式通知对方；否则，由未通知方承担由此而引起的相关责任。

二十、争议的处理

1、本合同受^v^法律管辖并按其进行解释。

2、因履行本合同引起的或与本合同有关的争议，双方应首先通过友好协商解决，如果协商不能解决争议，则采取以下第（\_\_\_\_\_\_\_\_\_）种方式解决争议：

（1）提交\_\_\_\_\_\_\_\_\_仲裁委员会仲裁；

（2）依法向人民法院起诉。

二十一、不可抗力

1、如果本合同任何一方因受不可抗力事件影响而未能履行其在本合同下的全部或部分义务，该义务的履行在不可抗力事件妨碍其履行期间应予中止。

2、声称受到不可抗力事件影响的一方应尽可能在最短的时间内通过书面形式将不可抗力事件的发生通知另一方，并在该不可抗力事件发生后\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内向另一方提供关于此种不可抗力事件及其持续时间的适当证据及合同不能履行或者需要延期履行的书面资料。声称不可抗力事件导致其对本合同的履行在客观上成为不可能或不实际的一方，有责任尽一切合理的努力消除或减轻此等不可抗力事件的影响。

3、不可抗力事件发生时，双方应立即通过友好协商决定如何执行本合同。不可抗力事件或其影响终止或消除后，双方须立即恢复履行各自在本合同项下的各项义务。如不可抗力及其影响无法终止或消除而致使合同任何一方丧失继续履行合同的能力，则双方可协商解除合同或暂时延迟合同的履行，且遭遇不可抗力一方无须为此承担责任。当事人迟延履行后发生不可抗力的，不能免除责任。

4、本合同所称“不可抗力”是指受影响一方不能合理控制的，无法预料或即使可预料到也不可避免且无法克服，并于本合同签订日之后出现的，使该方对本合同全部或部分的履行在客观上成为不可能或不实际的任何事件。此等事件包括但不限于自然灾害如水灾、火灾、旱灾、台风、地震，以及社会事件如战争（不论曾否宣战）、动乱、罢工，政府行为或法律规定等。

二十二、合同的解释

本合同未尽事宜或条款内容不明确，合同双方当事人可以根据本合同的原则、合同的目的、交易习惯及关联条款的内容，按照通常理解对本合同作出合理解释。该解释具有约束力，除非解释与法律或本合同相抵触。

二十三、补充与附件

本合同未尽事宜，依照有关法律、法规执行，法律、法规未作规定的，甲乙双方可以达成书面补充合同。本合同的附件和补充合同均为本合同不可分割的组成部分，与本合同具有同等的法律效力。

本合同自双方或双方法定代表人或其授权代表人签字并加盖单位公章或合同专用章之日起生效。

有效期为\_\_\_\_\_\_\_\_\_年，自\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日。

本合同正本一式\_\_\_\_\_\_\_\_\_份，双方各执\_\_\_\_\_\_\_\_\_份，具有同等法律效力。

甲方（盖章）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方（盖章）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

委托代理人（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

委托代理人（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

开户银行：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

开户银行：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

帐号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

帐号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**推广预算合同范本3**

一、企业概况

主要经营范围：

工业化中餐(包括各类‘北绿’冻干食品、速食营养粥、盖浇饭、速食菜、即食素食及蓝梅饮料等

企业类型：新型产业

□生产制造 □零售 □批发 □服务 □农业

□√新型产业 □传统产业 □其他

以往的相关经验(包括时间)：

1985――1995 天津市电表厂 技术工人

1995――1997 纸业公司 会计

1997――20xx 餐厅 会计

20xx――20xx 娱乐中心 会计

20xx――20xx 健康中心 会计

20xx――20xx 食品销售部 会计

20xx――至今筹办“吉祥三宝你的店”

教育背景，所学习的相关课程(包括时间)：

1983――1985 天津市电表厂技校 电子仪表

1994 天津市河西职大 会计证培训

三、市场评估

目标顾客描述：时尚人群、写字楼办公人员、企事业人员、老师、学生、医护人员、病人等。

市场容量或本企业预计市场占有率：本店坐落内环线，交通便利，周围有高层写字楼、音乐学院等。根据报道，快餐业二○○五年要营业额达20xx亿元，单是方便面就达230亿元，就按1%计也可达2亿元的市场容量，预计市场占有率可达20%。

市场容量的变化趋势：随着人们对食品安全越来越重视以及营养快餐的进一步了解，而我们品牌及产品知名度会越越来越高，价格合理，市场份额会明显增加。

**推广预算合同范本4**

委 托 方： 有限公司

受 托 方： 上海通卡投资管理有限公司

签 订 日 期：

签 订 地 点： 上海市浦东新区

营销顾问服务合同

委托方(以下称甲方)：X房地产开发有限责任公司

委托人 / 职务：

开户银行 / 帐号：

受托方(以下称乙方)：上海通卡投资管理有限公司

委托人 / 职务： 开户银行 / 帐号：

地址： 上海市浦东新区东方路738号裕安大厦18层

甲、乙双方本着相互合作、平等互利的原则，经友好协商，就甲方委托乙方为“”房地产项目(以下简称“本项目”)提供营销顾问服务的相关事宜，达成如下条款，以兹共同遵守：

第一条 合作期限：

甲方委托乙方的代理期限为自合同签订之日起至 年 月 日止。本合同届满前一个月，双方可协商续签合同事宜。

第二条 委托事项及服务内容：

委托事项

甲方委托乙方对本项目提供营销顾问服务事宜。

服务内容

营销策划总体方案论证

协助甲方制定项目营销总体战略、执行策略、年度总体营销推广方向、媒体策略、主要营销阶段计划等。

营销费用的制定

协助甲方制定营销推广费用预算，协助制定本项目整体及各阶段广告宣传策略，具体包括确定广告总体原则、分步目标、诉求点、表现方式、媒体选择及运用策略等。

项目销售价格体系指导

协助完成项目价格论证与确立、层价差与朝向差系数确立、各套房价计算、价格运作阶段计划、价格折扣预算、价格运作策略等。

项目阶段营销方案论证

项目在各阶段销售中，结合市场变化实际、销售进展实际、工程进度实际等，提出相适宜的销售策略与推广策略。

定期销售会议召开

依据销售各阶段不同，定期举行高层销售管理协调会议。总结销售情况，诊断销售问题，并提出解决方案。

第三条 双方的权利及义务

甲方的权利及义务

确定合作的基本性质及目的，并提出具体要求。

甲方每周二前向乙方提供上一周的以下营销工作资料：成交客户的客户分析统计表、广告费的支出情况、工程进度情况以及乙方进行营销策划顾问工作所需的其他信息及资料。

甲方有权要求乙方及时更换甲方认为不合格或不能完成本项目工作的乙方工作人员。

乙方的权利及义务

在本合同签订之日起即成立本项目工作组，从乙方现有人员中抽调具有丰富营销策划经验的人员组成本项目工作组，负责本项目营销策划顾问服务工作。

认真准确并及时完成本合同约定的全部工作内容。

在接受委托期间与甲方保持密切的沟通，定期列席甲方销售部例会，及时了解销售情况。项目小组其他人员也应及时了解例会内容，并做出反馈。

根据甲方要求，对有关营销策划工作进行及时地调整。

双方建立周例会，对上周营销策划工作进行总结，制定下阶段工作计划。

乙方应按照甲方的工作模式及时配合甲方工作。

第四条 例行会议及书面文件

乙方的项目工作组核心成员必须每周参加甲方的销售部例会，并书面提交每周的工作计划及一周策划工作总结。

第五条 收费标准及付款方式

服务费的收费标准为固定费用方式，具体营销策划顾问服务费用为每月人民币万元整。

自本合同正式履行之日起的当月8号前向乙方支付该月的营销策划顾问服务费。

第六条 知识产权及保密

双方保证一方向另一方提供的资料不会侵犯任何其他人的知识产权或合法权益,否则一切责任由该方自行承担,概与另一方无关;

双方保证一方根据本合同获知或获准使用的另一方的硬件、软件、程序、密码、商品名、技术、许可证、专利、商标、技术知识和经营过程是另一方的合法所有，该方对此无任何权利或利益;

双方在本合同有效期间获知的对方的商业秘密、技术秘密等需双方保密的事项，在合同期间及合同终止后两年内不得向第三方披露或公开;

第七条 违约责任

终止合同违约金：本合同经双方签字盖章后，非因不可抗力因素，甲乙双方任一方在对方没有违约行为的前提下单方面终止合作关系的，除需赔付由此给对方造成的相关经济损失外，还须另外赔偿对方一个月服务费用作为终止合同违约金。该终止合同违约金须在双方终止合同后一个月内付清。

若甲方无故未按本合同规定的时间付款则视为甲方违约，逾期7日的，自第8日起，每延迟一天，须向乙方支付应付而未付费用万分之二的违约金，逾期超过30天的，乙方有权解除本合同。

第八条 争议的解决

凡有关本合同或执行本合同发生的争议，应经过友好协商解决;若不能协商解决，则提交合同签订地人民法院提起诉讼。

第九条 免责条款

如双方在执行本合同中，出现以下情事，则依法免除承担民事责任。

不可抗力：

法律、法规规定或政府或其他权威机构确认的不可抗力事件;

由双方共同确认的不可抗拒因素影响。

任何一方对于在遇到不可抗力且自身无过错的条件下造成的延误或不能履约均可免责，但必须采取一切补救措施以减小损失并提供证明，否则应对扩大的损失进行赔偿。

第十条 其他约定

本合同自双方签章之日起生效，本合同(包括附件)为甲乙双方之间完整合同。

本合同所订一切条款，甲、乙任何一方不得擅自变更或修改，对本合同的任何修正、更改或增删，经双方授权代表签署确认后方可发生效力。

本合同如有未尽事宜，需由甲乙双方协商，另订补充合同附于本合同之内，所有补充合同在法律上均与本合同有同等效力。

本合同一式肆份，双方各持贰份，经双方签署的每份合同均为正本。 甲乙双方认可自款项结清的同时，甲乙双方在本协议中涉及的权利义务已履行完毕。

甲方： 乙方：上海通卡投资管理有限公司 委托代理人： 委托代理人：

年 月 日

**推广预算合同范本5**

>公司名称：艺峰文化传媒有限公司

>现经营范围：动漫创意与制作，艺术品销售、文化产业管理

>经营理念：以质量求生存，在生存中求发展

>经营方针：坚持客户至上的原则，以创新开辟道路，做到人无我有，人有我优，走新型发展道路

>新型发展道路：新型发展道路即创新型公司发展道路，步骤大体分三步走：

1.确定公司的经营范围，拓展自己业务范围内所有业务，做到经营范围一站式(经营范围)

2.在经营范围内做到自己产品的创新性，做出自己的特色和优势去吸引顾客(特色)

3.在行内范围中，做到自己产品的质量和售后服务工作(售后)

>经营范围确定：就公司发展形式来看，现第一步就是确立公司的一站式经营服务，确定后的经营服务如下:

>装饰：以工装为主，在没有工装业务的情况下做家装，包括装修、装饰设计广告：以户外广告安装为主，印刷类为辅，包括广告策划等艺术品：现以诗画为主，主销工装，高档场所和家庭装饰等

>公司管理：公司主要管理在于人员管理，第一是公司上层人员管理，第二即各部门人员管理就人员管理而言，分两种性质的管理：一是规章制度的管理，二是分工做事的管理。所有各部门人员的管理归属于各部门领导管理，所有上层领导归属于总经理管理，总经理需对企业法人负责。管理的目的是诶了公司的正常运行和有效发展，管理的标准统依据公司管理制度。

>业务发展A类装饰：装饰业务现是公司主要经营业务，装饰业务风险大回报大业务难。装饰业务做的好坏关系到未来公司发展的前景，就公司状况而言，初期分以下步骤走：

>1.明确公司装饰业务的主次范围：在现起一年内，以家装、小型工装(店面)装修、工装设计为主，如遇大型工装装修业务，公司人员必须商讨后再做决定

**推广预算合同范本6**

正视现有市场，我激情高涨，信息倍增，与此同时，又感责任重大。在20xx年的销售工作中，我会更加积极进取，用心努力的去做好每一件事情，不管是个人还是整个销售团队的销售业绩，会争取做到最好。

我对20xx年的工作计划展开如下：

一、销量指标

带领团队努力完成领导给予的当月销售计划、目标

二、监督，管理销售展厅和销售人员的日常销售工作

1、仪表着装：统一工作服并佩戴胸卡。

2、展厅整洁：每天定期检查展厅车辆，谈判桌的整洁状况。每人负责的车辆必须在9点前搽试完毕，展车全部开锁。随时处理展厅突发情况，必要时上报销售经理。

3、展厅前台接待：如值勤人员有特殊原因离岗，需找到替代人员，替代人员承担所有前台值勤的责任。随时查看销售人员在展厅的纪律。

4、销售人员的日常工作：，对于销售人员的客户级别定位和三表两卡的回访度进行定期抽查，对销售员的销售流程进行勘察.对销售人员每天的工作任务和需要完成的任务进行协调，如上牌时间和厂家出现的政策变动等.随时处理展厅突发情况，必要时上报销售经理。每天下午下班前定时把一整天的工作情况和明天需要完成的工作任务上报给销售经理。处理职责范围类的客户抱怨，提升客户满意度。

三、配合市场部，做好销售拓展和市场推广工作

1、对市场部发出来的市场活动进行协调，如外出拍照片等;

2、在销售人员不值班的情况下，可以沟通市场部进行外出市场开拓，由市场部定点，外出发宣传单。

四、掌握库存，配合销售经理做好销售需求计划

每天对于销售人员的交车，资料交接，开票，做保险等进行盘查，下班前上报销售经理登记。对于时间过长车辆对销售人员进行通报，重点销售;配合销售经理对每礼拜一从厂家订购的车型，颜色进行建议。

五、协助销售经理做好销售人员的培训计划

由于现阶段的合并，销售员对于业务知识明显匮乏，直接影响销售业绩。下阶段销售员的知识培训是重中之重，除公司计划培训项目外，暂时采用瑞风、同悦两两互助形式，对于车型的价格、配置、竞品车型、销售话术等实行模拟对话，尽快熟悉车型。对于出现的问题在进行针对性培训。

当然，所有的计划在此都是纸上谈兵，俗话说，实践是检验真理的唯一标准，在今后的工作中，我定当努力将这些计划付诸于实践中，带领团队一起，在最优情况下完成领导下达的任务。

**推广预算合同范本7**

就在转眼间，我来到4S店已经三个月了。在这期间，从一个连AT和MT都不知道什么意思的汽车菜鸟蜕变成熟知汽车性能的业务员。一切从零开始，一边学习专业知识，一边摸索市场，遇到销售和专业方面的难点和问题，我都及时请教有经验的同事，一起寻求解决问题的方案，在此，我非常感谢部门同事对我的帮助!也很感谢领导能给我展示自我的平台。

这三个月时间，我不仅仅学会了基础的汽车知识，同时也对自己的品牌有了更深入的了解，使我深深的爱上了自己所从事的工作，自己所销售的汽车。在我心里只有热爱自己的岗位才能做好本职工作。

短短的三个月时间，我明白了做汽车销售单凭自己的热爱是不够的，要学会如何进行客户谈判、分析客户情况的。这些是我一个刚入职的销售员从前所没经历过的，而我们老销售员在谈判的过程他们常常会带着我这个新人，学习谈判经验，这点我非常感谢我的同事们。所以，到现在我有难以谈的下来的客户我会吸取老销售员的谈判技巧，来进行谈判。

现在的汽车销售市场竞争的日益激烈，摆在所有销售人员面前的是-平稳与磨砺并存，希望与机遇并存，成功与失败并存的局面，所以拥有一个积极向上的心态是非常重要的。

而我每一天应该从清晨睁开第一眼开始，每天早上我都会从自己定的欢快激进的闹铃声中醒来，然后以精神充沛、快乐的心态迎接一天的工作。如果我没有别人经验多，那么我和别人比诚信;如果我没有别人单子多，那么我和别人比服务。这些一直是我的工作态度。我相信只有这样才能把工作完成的更好。

现存的缺点：

对于市场的了解还是不够深入，对专业知识掌握的还是不够充分，在与客户的沟通过程中，缺乏经验。

在销售工作中也有急于成交的表现，不但影响了自己销售业务的开展，也打击了自己的自信心。我想在以后的工作中会摒弃这些不良的做法，并积极学习，请教老销售员业务知识，尽快提高自己的销售技能。

下半年工作计划

在公司在发展过程中，我认为要成为一名合格的销售员，首先要调整自己的理念，和公司统一思想、统一目标，明确公司的发展方向，才能充分溶入到公司的发展当中，才能更加有条不紊的开展工作。以下是我20--年的工作计划：

1.继续学习汽车的基础知识，并准确掌握市场动态各种同类竞争品牌的动态和新款车型。实时掌握汽车业的发展方向。

2.与客户建立良好的合作关系，每天都建好客户洽谈卡，同时对于自己的意向客户务必做到实时跟进，对于自己的老客户也要定时回访。同时，在老客户的基础上能开发新的客户。让更多人知道与了解江淮车，并能亲身体验。了解客户的资料、兴趣爱好、家庭情况等，挖掘客户需求，投其所好，搞好客户关系，随时掌握信息。我在这里想说一下：我会要把B类的客户当成A类来接待，就这样我才比其他人多一个A类，多一个A类就多一个机会。对客户做到每周至少三次的回访。

3.努力完成现定任务量，在公司规定的任务上，要给自己压力，要给自己设定任务。不仅仅要努力完成公司的任务，同事也完成自己给自己设定的任务。我相信有压力才有动力。

4.对于日常的本职工作认真去完成，切不可偷懒，投机取巧。

5.在业余时间多学习一些成功的销售经验，最后为自己所用。

6.在工作中做到，胜骄败不馁，不可好大喜功，要做到一步一个脚印，踏踏实实的去做好工作，完成任务。

7.意识上，无论在销售还是汽车产品知识的学习上，摒弃自私、强势、懒惰的性情，用积极向上的心态，学习他人的长处，学会谦虚，学会与上司、朋友、同事更加融洽的相处。

每日工作

1.卫生工作，办公室，展厅值班都要认真完成。

2.每日至少回访和跟踪2到3个潜在客户，并及时跟新客户需求。

3.每日做好门迎工作，登记集客信息。

4.每日自己给自己做个，回想一下每天的工作是否有没做好的，是否需要改正。

5.了解实时汽车行业信息，同类竞争品牌动态。知己知彼，方能百战百胜。

每周工作

1.查看潜在客户，看是否有需要跟进的客户。整理每位客户的信息。

2.查看自己的任务完成了多少，还差多少量。下周给自己多少任务。

月工作任务

1.总结当月的客户成交量，客户战败原因。

2.总结当月自己的过失和做的比较好的地方。

3.制定下个月自己给自己的任务和工作计划。

在最后，感谢公司给我一个展示自我能力的平台，我会严格遵守职业操守，朝着优秀员工的方向勇往直前。碰到困难不屈不挠，取其精华，去其糟粕，和公司的其他同事团结协作，让团队精神战胜一切。

**推广预算合同范本8**

甲 方： 法定地址： 乙 方： 法定地址：

甲方现将委托乙方对位于 项目(以下简称“该项目”)进行独家营销策划。在确保乙方对项目策划合法性的前提下，双方本着“诚实守信、互惠互利”的合作原则，订立协议如下： 一、 合同有效期：年 月 日至 年 月 日,为期 年。

二、 甲方责任

1、 保证项目的合法开发，并向乙方提供有效资料复印件作合同

附件。

2、 向乙方提供以下书面资料：项目背景、有关政府批文、红线图、技术指标及其它相关资料等。

3、 甲方指定专人参与本项目策划工作，并负责与乙方进行密切的联系，加强沟通，为乙方开展本项目提供方便。

4、 对乙方提交的有关报告进行审查验收，并必须在七个工作日给予明确答复或修改意见，签字认可。如超期没有反馈，乙方视甲方为同意执行，并完成工作。

5、 乙方在项目的策划合同期内，甲方负责乙方高层人员(集团公司董事、总经理、策划总监)往返广州至 机票 人次。

6、 甲方必须按照合同规定按时向乙方支付费用。 三、 乙方责任

1、 乙方将组成 人项目小组进行本项目策划工作，与甲方密切联系，加强沟通，并调动集团公司(决策资源房地产研究中心)重要部门和优秀专业资源全力配合。

2、 本着客观的原则，按合同规定的工作内容以及甲方提出之有关项目营销策划工作的合理要求，完成营销策划工作，并尽力提供准确的资料以供参考。营销策划报告要全面细致地反映《营销纲要》的内容，并富有创新和个性，以保证本项目的销售质量。

3、 乙方通过充分的市场调研，对本项目所处区域市场环境、买家心理、项目自身竞争力和发展定位等进行详细分析，并针对本项目的特点进行项目定位，针对目标客户详细研究本项目的产品策略、价格策略、营销组织、入市时机广告策略等，形成详细的切实可行的，具有个性的策划报告书，具体内容详见附件所列《营销纲要》。

4、 乙方将制定详细的营销策划执行方案，并由项目专案小组配合甲方顺利实施、广告设计，现场包装，同时负责协助相关专业设计单位准确执行该方案。

5、 按本合同约定时间提交正式的营销策划报告贰份。

6、 信守甲方提供的有关本项目的商业秘密，非经甲方同意不得将有关资料擅自公开或泄露给他人，不得将该策划工作中的有关资料与内容使用于本项目以外的用途。

四、 策划报告书的交付日期及相关事宜

1、 营销策划报告书的完成需 个工作日，即初稿的交付日期为年 月 日或双方同意之顺延日期。

2、 在提交营销策划报告书初稿的一个星期内，甲方将对报告书进行审阅，并提出修改意见，乙方在收到甲方修改意见的一个星期内向甲方提交报告正稿。

五、 策划方案执行工作相关事宜

1、 乙方项目专案小组配合甲方确定正稿方案的具体执行步骤，确保策划方案顺利实施。

2、 在向甲方提交报告正稿之后，乙方将派人协助甲方执行正稿方案，并对相关参与单位提供参考意见。

3、 协助联系各方制作公司，落实策划方案的切入实施。联系各广告媒体，促成宣传推广计划的实施。

4、 参与监控广告公司作好售楼书、宣传单张、展板、售楼部等的设计工作。

5、 统筹销售前期准备工作，如：展销会、地盘开放日、公开发售、新闻发布等。

6、 全部销售资料及广告均注明 “中城置地国际有限公司”字样。

六、 策划费及支付方式

1、 该项目策划费总额为 万元整，分三期以支票形式支付。

2、 甲乙双方在合同签订后3个工作日内甲方向乙方支付策划费用总额 %即人民币 万元整，作为首期费用。

3、 乙方向甲方提交营销策划报告正稿起三日内，甲方向乙方支付策划费用总额的 %，即人民币 万元整，作为二期费用。 4、 项目正式公开发售后三日内，甲方向乙方支付策划费余额部分，即总额的 %，折合人民币为 万元整。作为后期费用。

七、 违约责任

在合同期内，任何一方提出终止合同，必须提前 天以书面形式通知对方，并在一个月内向对方支付违约金。如甲方单方违约终止合同，则甲方应向乙方支付人民币 万元赔偿费;如乙方原因，则乙方应支付甲方 万元赔偿费。

八、 乙方提交有关策划报告后，有责任向甲方详细解释、解答报告有关内容。

九、 本合同未尽事宜，双方可根据实际情况签定补充协议，具有同等法律效益。

十、 本合同壹式肆份，甲乙双方各执贰份，均具同等法律效力，经双方授权签署加盖公章即行生效。

**推广预算合同范本9**

委托人（以下简称甲方）

受托方(以下称乙方)：

甲、乙双方本着相互合作、平等互利的原则，经友好协商，就甲方委托乙方为 “ ”房地产项目(以下简称“本项目”)提供营销顾问服务的相关事宜，达成如下条款，以兹共同遵守：

第一条 合作期限：

甲方委托乙方的代理期限为自合同签订之日起至 年 月 日止。本合同届满前一个月，双方可协商续签合同事宜。

第二条 委托事项及服务内容：

委托事项

甲方委托乙方对本项目提供营销顾问服务事宜。

服务内容

营销策划总体方案论证

协助甲方制定项目营销总体战略、执行策略、年度总体营销推广方向、媒体策略、主要营销阶段计划等。

营销费用的制定

协助甲方制定营销推广费用预算，协助制定本项目整体及各阶段广告宣传策略，具体包括确定广告总体原则、分步目标、诉求点、表现方式、媒体选择及运用策略等。

项目销售价格体系指导

协助完成项目价格论证与确立、层价差与朝向差系数确立、各套房价计算、价格运作阶段计划、价格折扣预算、价格运作策略等。

项目阶段营销方案论证

项目在各阶段销售中，结合市场变化实际、销售进展实际、工程进度实际等，提出相适宜的销售策略与推广策略。

定期销售会议召开

依据销售各阶段不同，定期举行高层销售管理协调会议。总结销售情况，诊断销售问题，并提出解决方案。

第三条 双方的权利及义务

甲方的权利及义务

确定合作的基本性质及目的，并提出具体要求。

甲方每周二前向乙方提供上一周的以下营销工作资料：成交客户的客户分析统计表、广告费的支出情况、工程进度情况以及乙方进行营销策划顾问工作所需的其他信息及资料。

甲方有权要求乙方及时更换甲方认为不合格或不能完成本项目工作的乙方工作人员。

乙方的权利及义务

在本合同签订之日起即成立本项目工作组，从乙方现有人员中抽调具有丰富营销策划经验的人员组成本项目工作组，负责本项目营销策划顾问服务工作。

认真准确并及时完成本合同约定的全部工作内容。

在接受委托期间与甲方保持密切的沟通，定期列席甲方销售部例会，及时了解销售情况。项目小组其他人员也应及时了解例会内容，并做出反馈。

根据甲方要求，对有关营销策划工作进行及时地调整。

双方建立周例会，对上周营销策划工作进行总结，制定下阶段工作计划。

乙方应按照甲方的工作模式及时配合甲方工作。

第四条 例行会议及书面文件

乙方的项目工作组核心成员必须每周参加甲方的销售部例会，并书面提交每周的工作计划及一周策划工作总结。

第五条 收费标准及付款方式

服务费的收费标准为固定费用方式，具体营销策划顾问服务费用为每月人民币万元整。

自本合同正式履行之日起的当月8号前向乙方支付该月的营销策划顾问服务费。

第六条 知识产权及保密

双方保证一方向另一方提供的资料不会侵犯任何其他人的知识产权或合法权益,否则一切责任由该方自行承担,概与另一方无关;

双方保证一方根据本合同获知或获准使用的另一方的硬件、软件、程序、密码、商品名、技术、许可证、专利、商标、技术知识和经营过程是另一方的合法所有，该方对此无任何权利或利益;

双方在本合同有效期间获知的对方的商业秘密、技术秘密等需双方保密的事项，在合同期间及合同终止后两年内不得向第三方披露或公开;

第七条 违约责任

终止合同违约金：本合同经双方签字盖章后，非因不可抗力因素，甲乙双方任一方在对方没有违约行为的前提下单方面终止合作关系的，除需赔付由此给对方造成的相关经济损失外，还须另外赔偿对方一个月服务费用作为终止合同违约金。该终止合同违约金须在双方终止合同后一个月内付清。

若甲方无故未按本合同规定的时间付款则视为甲方违约，逾期7日的，自第8日起，每延迟一天，须向乙方支付应付而未付费用万分之二的违约金，逾期超过30天的，乙方有权解除本合同。

第八条 争议的解决

凡有关本合同或执行本合同发生的争议，应经过友好协商解决;若不能协商解决，则提交合同签订地人民法院提起诉讼。

第九条 免责条款

如双方在执行本合同中，出现以下情事，则依法免除承担民事责任。

不可抗力：

法律、法规规定或政府或其他权威机构确认的不可抗力事件;

由双方共同确认的不可抗拒因素影响。

任何一方对于在遇到不可抗力且自身无过错的条件下造成的延误或不能履约均可免责，但必须采取一切补救措施以减小损失并提供证明，否则应对扩大的损失进行赔偿。

第十条 其他约定

本合同自双方签章之日起生效，本合同(包括附件)为甲乙双方之间完整合同。

本合同所订一切条款，甲、乙任何一方不得擅自变更或修改，对本合同的任何修正、更改或增删，经双方授权代表签署确认后方可发生效力。

本合同如有未尽事宜，需由甲乙双方协商，另订补充合同附于本合同之内，所有补充合同在法律上均与本合同有同等效力。

本合同一式肆份，双方各持贰份，经双方签署的每份合同均为正本。

甲乙双方认可自款项结清的同时，甲乙双方在本协议中涉及的权利义务已履行完毕。

甲方(公章)： 乙方(公章)：

法定代表人(签字)： 法定代表人(签字)：

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日 \_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**推广预算合同范本10**

委托方(以下称甲方)：

委托人 / 职务：

开户银行 / 帐号：

受托方(以下称乙方)：

委托人 / 职务： 开户银行 / 帐号：

地址：

甲、乙双方本着相互合作、平等互利的原则，经友好协商，就甲方委托乙方为 “ ”房地产项目(以下简称“本项目”)提供营销顾问服务的相关事宜，达成如下条款，以兹共同遵守：

第一条 合作期限：

甲方委托乙方的代理期限为自合同签订之日起至 年 月 日止。本合同届满前一个月，双方可协商续签合同事宜。

第二条 委托事项及服务内容：

委托事项

甲方委托乙方对本项目提供营销顾问服务事宜。

服务内容

营销策划总体方案论证

协助甲方制定项目营销总体战略、执行策略、年度总体营销推广方向、媒体策略、主要营销阶段计划等。

营销费用的制定

协助甲方制定营销推广费用预算，协助制定本项目整体及各阶段广告宣传策略，具体包括确定广告总体原则、分步目标、诉求点、表现方式、媒体选择及运用策略等。

项目销售价格体系指导

协助完成项目价格论证与确立、层价差与朝向差系数确立、各套房价计算、价格运作阶段计划、价格折扣预算、价格运作策略等。

项目阶段营销方案论证

项目在各阶段销售中，结合市场变化实际、销售进展实际、工程进度实际等，提出相适宜的销售策略与推广策略。

定期销售会议召开

依据销售各阶段不同，定期举行高层销售管理协调会议。总结销售情况，诊断销售问题，并提出解决方案。

第三条 双方的权利及义务

甲方的权利及义务

确定合作的基本性质及目的，并提出具体要求。

甲方每周二前向乙方提供上一周的以下营销工作资料：成交客户的客户分析统计表、广告费的支出情况、工程进度情况以及乙方进行营销策划顾问工作所需的其他信息及资料。

甲方有权要求乙方及时更换甲方认为不合格或不能完成本项目工作的乙方工作人员。

乙方的权利及义务

在本合同签订之日起即成立本项目工作组，从乙方现有人员中抽调具有丰富营销策划经验的人员组成本项目工作组，负责本项目营销策划顾问服务工作。

认真准确并及时完成本合同约定的全部工作内容。

在接受委托期间与甲方保持密切的沟通，定期列席甲方销售部例会，及时了解销售情况。项目小组其他人员也应及时了解例会内容，并做出反馈。

根据甲方要求，对有关营销策划工作进行及时地调整。

双方建立周例会，对上周营销策划工作进行总结，制定下阶段工作计划。

乙方应按照甲方的工作模式及时配合甲方工作。

第四条 例行会议及书面文件

乙方的项目工作组核心成员必须每周参加甲方的销售部例会，并书面提交每周的工作计划及一周策划工作总结。

第五条 收费标准及付款方式

服务费的收费标准为固定费用方式，具体营销策划顾问服务费用为每月人民币万元整。

自本合同正式履行之日起的当月8号前向乙方支付该月的营销策划顾问服务费。

第六条 知识产权及保密

双方保证一方向另一方提供的资料不会侵犯任何其他人的知识产权或合法权益,否则一切责任由该方自行承担,概与另一方无关;

双方保证一方根据本合同获知或获准使用的另一方的硬件、软件、程序、密码、商品名、技术、许可证、专利、商标、技术知识和经营过程是另一方的合法所有，该方对此无任何权利或利益;

双方在本合同有效期间获知的对方的商业秘密、技术秘密等需双方保密的事项，在合同期间及合同终止后两年内不得向第三方披露或公开;

第七条 违约责任

终止合同违约金：本合同经双方签字盖章后，非因不可抗力因素，甲乙双方任一方在对方没有违约行为的前提下单方面终止合作关系的，除需赔付由此给对方造成的相关经济损失外，还须另外赔偿对方一个月服务费用作为终止合同违约金。该终止合同违约金须在双方终止合同后一个月内付清。

若甲方无故未按本合同规定的时间付款则视为甲方违约，逾期7日的，自第8日起，每延迟一天，须向乙方支付应付而未付费用万分之二的违约金，逾期超过30天的，乙方有权解除本合同。

第八条 争议的解决

凡有关本合同或执行本合同发生的争议，应经过友好协商解决;若不能协商解决，则提交合同签订地人民法院提起诉讼。

第九条 免责条款

如双方在执行本合同中，出现以下情事，则依法免除承担民事责任。

不可抗力：

法律、法规规定或政府或其他权威机构确认的不可抗力事件;

由双方共同确认的不可抗拒因素影响。

任何一方对于在遇到不可抗力且自身无过错的条件下造成的延误或不能履约均可免责，但必须采取一切补救措施以减小损失并提供证明，否则应对扩大的损失进行赔偿。

第十条 其他约定

本合同自双方签章之日起生效，本合同(包括附件)为甲乙双方之间完整合同。

本合同所订一切条款，甲、乙任何一方不得擅自变更或修改，对本合同的任何修正、更改或增删，经双方授权代表签署确认后方可发生效力。

本合同如有未尽事宜，需由甲乙双方协商，另订补充合同附于本合同之内，所有补充合同在法律上均与本合同有同等效力。

本合同一式肆份，双方各持贰份，经双方签署的每份合同均为正本。

甲乙双方认可自款项结清的同时，甲乙双方在本协议中涉及的权利义务已履行完毕。

甲方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

委托方： (以下简称甲方)

地 址：

电 话： 传 真：

受托方： (以下简称乙方)

地 址：

电 话： 传 真：

经甲、乙双方友好协商，根据《^v^合同法》的有关规定，就甲方委托乙方为其开发的“ ”项目实施前期策划及推广策划服务，达成如下合同条款，供双方共同遵守。

第一条 项目基本情况

项目(以下简称“本项目”)，位于 ，占地面积 亩，总建筑面积约 万平方米。若项目名称产生或发生变更，不改变本合同对此项目的实质描述。

第二条 委托内容和期限

甲方委托乙方就本项目提供前期策划及推广策划服务，工作提纲详见附件一。

委托期限为自本合同签署生效之日起至乙方提交报告终稿且甲方结清全部费用之日止。

如甲方提出新的工作要求或变更工作内容，则本合同委托期限相应顺延，具体延长期限应以甲乙双方共同约定确认为准。

第三条 合同价款及付款方式

本合同价为前期策划及推广策划服务费用总和。

1、本合同委托项目前期策划费用共计人民币壹拾伍万元整(￥150000元)。

⑴ 本合同签署生效后五个工作日内，甲方向乙方支付第一笔费用：人民币大写捌万元整(￥ 80000元)。

⑵ 甲方收到乙方提交《市场研究及产品定位》报告并经确认后五个工作日内，甲方向乙方支付第二笔费用：人民币大写柒万元整(￥70000元)。

2、项目推广策划费壹拾万元整(￥100000元)。

(1)《项目整体推广形象定位》报告提报并经确认后五个工作日内，甲方向乙方支付第一笔费用：人民币大写伍万元整(￥50000元)。

(2)项目开盘物料设计终稿确认后五个工作日内，甲方向乙方支付第二笔费用：人民币大写伍万元整(￥50000元)。

3、在履行本合同期间，乙方人员的工资等一切费用，不再另外计取(在合同有效期内，如甲方邀请乙方参加考察或从事公关活动所产生的费用除外)。

4、上述费用均以人民币结算并以支票或转账形式支付，乙方收取上述每笔款项需提供合法有效的服务业发票(双方一致认同：甲方取得发票并不代表甲方已付清相应款项，相应款项付清是以甲方相应款项全部到乙方指定账户为标准)。甲方收取乙方提供的服务业发票的同时有义务进行签收确认。如甲方拒绝签收，则乙方有权在收到全额款项后再向甲方提供发票，且甲方不可因未收到乙方发票而拒绝支付乙方应收之款项，否则甲方应按逾期每天支付乙方应付费用的万分之五作为违约金。

5、乙方收款银行账户如下:

公司全称：

银行账号：

开户银行：

第四条 甲方的权利与义务：

1、甲方负责在双方确定的工作日内向乙方提供本合同约定工作项目进度资料，并保证所提供资料的真实、充分、完整与合法，以确保乙方工作顺利开展;

2、甲方负责向乙方提供项目各类进度计划，其中包含项目全案开发计划、工程进度、重要节点，对可公布性计划甲方要予以确认;

3、根据乙方工作需要与要求，甲方负责向乙方提供项目广告推广所需的各类建筑透视效果图、景观效果图、户型效果图、装修效果图以及相关电子文件，所提供资料用于广告发布的甲方要予以确认;

4、甲方提供的上述文件资料迟延或不真实或不合法，导致延误乙方合同约定义务，甲方应承担相应的责任;

5、甲方负责组织、协调乙方与建筑设计公司、景观公司、工程施工单位、物业管理公司等相关配合单位的工作关系;

6、甲方负责按本合同条款约定的时间与金额向乙方支付费用;

第五条 乙方的权利与义务：

1、乙方需成立项目工作组，并确保工作的每个环节均由项目组成员完成。乙方确保各项工作按照双方事先共同商定的合理的时间、数量和质量要求完成，以满足本项目的实际需要。

2、乙方在本合同有效期内作为本项目各类各期物业的营销策划服务公司，享有在本项目对外宣传资料、广告媒体上及专项活动中“营销策划”之署名权。(除因乙方违约解除合同外)。

3、在本合同有效期内甲方可免费共享乙方提供的相关行业的信息资源与渠道。

4、乙方成立专门的项目工作组为甲方项目服务，并保证工作组与甲方指定的联系人之间保持有效沟通。

5、乙方应向甲方提交已修订的方案及设计稿的打印文件及电子文档供甲方备档。

第六条 通知及送达

1、本合同规定的任何通知应采取书面形式，并以双方盖章或指定的授权委托人签字确认为准。

2、甲方指定的签收确认人或授权委托人为 。若在签署本合同时，甲方无法确认签收确认人或授权委托人，则甲方须于本合同签署生效后 5 日内以书面方式告知乙方。如甲方一直未书面告知乙方签收确认人、授权委托人，或甲方指定的签收确认人、授权委托人因离职等各种原因变更后甲方未书面通知乙方的，则与本合同有关的一切文件资料，乙方均有权按照本合同中甲方确定的地址以邮寄方式送达，投递之日起第五日即视为有效送达。甲方如有任何异议，应在五日内提出，未按本条提出书面异议的，则视为甲方对乙方提交的一切文件资料均予以确认，无任何异议。

3、本合同约定通知的送达，以专人亲自向收件方递送或以邮寄方式递送。递送地址以本合同约定的地址为准(地址发生变更时应及时书面通知对方)。

4、以专人递送时，签收日即为有效送达日;以邮寄方式递送时，以投递之日起第五日视为已送达，且视为受送达方已清楚、准确地知晓并完全认可送达文书所包含的全部内容。

第七条 制约、解除与违约责任：

1、乙方在整个策划与推广过程中，应遵守相关的法律法规及规章制度;乙方需保证为甲方创作内容的合法性，若乙方创作内容造成对第三方的侵权致使甲方受到的一切损失，应由乙方全权负责。

2、本合同期内，乙方享有 “营销策划”、“市场推广”之署名权。未经乙方许可，任何个人或单位不得冠以同类属名名称;

3、甲方已支付乙方已完成创作工作之应得报酬后的创作作品的版权、所有权、使用权归甲方所有，甲方有权将广告设计稿交予第三方进行制作、发布，但第三方不享有任何署名权;

4、乙方须严格保守甲方的经营机密，任何有关资料和文件，乙方若要提供给第三方，需经甲方同意;如因乙方原因造成有关资料流失、外传，视为乙方违约，甲方有权要求乙方赔偿因此造成的全部经济损失;乙方承担保密责任的时间包括合同期内、合同解除和合同期满后;

5、甲方须严格保守乙方之商业机密，不得将乙方工作文件、收费方式、服务内容以及公司运营情况透露给第三方;如因甲方原因造成有关资料流失、外传，视为甲方违约，乙方有权要求甲方赔偿因此造成的全部经济损失;甲方承担保密责任的时间包括合同期内、合同解除和合同期满后 ;

6、在本合同期内，甲方应保证按合同规定的方式如期付款，如延期付款超过10个工作日，从第11个工作日起，乙方有权要求甲方支付滞纳金，每天滞纳金为应付款总额之日千分之壹。如甲方付款延迟超过30个工作日，则视为甲方违约，乙方有权单方面终止合同(乙方如未按照合同约定交付发票，甲方的付款期限得以顺延，此时不视为甲方逾期付款);

7、甲方有明确交付时间的，乙方应确保按双方约定完成工作任务，如有延误，甲方可扣除部分质保款。逾期三日完成交付工作或造成严重后果的，甲方有权不支付该月服务费或单方面终止合同。

8、甲、乙方如需解除(终止)合同，须经过双方项目负责人签字或盖章认可才有效。

第八条 争议解决

1、在本合同履行过程中如发生争议，甲、乙方应本着友好原则协商解决，协商不成时，向项目所在地的人民法院提起诉讼。

2、本合同附件与本合同具有同等法律效力。

第九条 其他

1、本合同自甲、乙方签字、盖章之日起生效。本合同未尽事宜，由甲、乙方在协商一致的基础上，另行签订补充合同。补充合同与本合同具有同等法律效力。

2、本协议壹式肆份，甲、乙双方各执贰份，具有同等法律效力。

甲方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

甲方：

乙方：(以下简称甲方)(以下简称乙方)

为了塑造推广的品牌形象，根据国家有关法律、法规，甲、乙双方本着互相配合、品牌营销策划及宣传推广资源共享、合作双赢、诚实信用的原则，就甲方委托乙方完成项目的有关事宜，签订本协议。

一、策划项目

1、品牌营销策划案(内容见本协议附件一)。

2、VI视觉设计系统及运用(内容见本协议附件一)。

二、合作项目

1、乙方组织专人对市场情况进行前期调查，并对市场反馈进行管理。

2、乙方组织相关人员监督策划及设计项目进行质量及进度的管理。

3、乙方组织相关人员配合甲方工作人员进行营销渠道的建立及开拓。

4、乙方将邀请品牌营销及市场营销相关专家对甲方工作人员进行培训。

5、乙方组织专人对甲方品牌营销实施环节进行监督和指导。

三、甲方权利及义务

1、甲方为乙方提供相关资料及图片，与乙方进行沟通，确保策划项目达到甲方预期的效果。

2、甲方须指派专人与乙方进行工作的协调，监督乙方工作进度与效果。

3、甲方须配合乙方在项目的预案上及时提出修改意见，确保项目的进度和质量。

4、甲方按照协议约定支付项目执行费用。

四、乙方的权利和义务

1、按照协议附件的策划及合作项目进行工作进度的安排及实施，确保合作项目安置按量的完成。

2、在项目实施的各个阶段定时向甲方进行工作汇报，并按照甲方的修改意见及要求及时进行工作调整，修改和完善各阶段成果。

3、按进度计划完成各阶段任务，保证质量，及时报审;

4、保守双方的商业机密，未经对方同意，不得向第三方透露本协议履行过程中涉及的保密内容。

5、乙方享有各方案的署名权及宣传权，在甲方按照协议支付全部费用后，方案的所有权将转为甲方长期独家所有。

五、委托项目进度

1、第一阶段：

2、第二阶段：

3、第三阶段：

4、第四阶段：年年年年月月月月日完成市场调查及整理。日完成品牌营销策划案。日完成VI视觉设计系统及运用。日完成制作项目(参照营销方案)。

5、第五阶段：配合甲方进入全面市场营销。

六、报送与确认方式

乙方在各阶段规定期限内完成既定任务，取得阶段成果后报送甲方审定，甲方审定或要求乙方修订的时间不在限定期限内，审定通过后，由甲方负责人以书面形式予以确认，确认之日为下一阶段期限起始日。

七、协议金额及付款方式

1、本协议总金额为

2、付款方式：现金。

(1)本协议签订之日，甲方支付乙方预付金%，即万元，大写万元。%，万元人民币。(2)在甲方确定乙方策划及设计项目样稿进行制作前，甲方支付乙方协议总额的即万元，大写万元。

(3)在乙方提供策划案及设计稿的成品文件后，甲方全额支付余款。

3、制作项目(参照策划案中的制作项目)的费用另计，乙方按照品牌管理流程进行全面监控，确保项目执行的准确性。

4、乙方配合甲方开拓的产品市场，按照甲方的销售政策比例给乙方提成。

八、成果归属与冠名宣传

1、在甲方未付清乙方项目费用之前，乙方策划设计的甲方“四川延丰农业科技”的版权和著作权归乙方所有;甲方付清乙方策划费用后，上述版权归甲方所有。

2、乙方有对成果享有冠名宣传的权利。

九、违约责任

1、由于甲方原因致使本合同无法履行或中断，应承担违约责任，并支付当期款项，无权要求返还预付金。

2、由于乙方原因推延进度，未能按照计划完成项目或单方面终止协议属违约，应承担违约责任，并返还预付金。

十、合同的终止

1、本协议履行完毕自动终止。

2、一方违约并承担责任后自动终止。

3、任何一方无权单方面要求中止，待双方协商一致后，签定终止协议。

4、甲、乙双方同意终止时须以书面形式确定。

十一、争议的解决办法

本协议履行过程中出现争议时，甲、乙双方友好协商解决，并以补充协议形式载明，协商不成时，任何一方可向人民法院起诉。

十二、协议的效力和变更

本协议正本一式贰份，甲、乙双方各持一份(本协议附件为本协议有效组成部分)同具法律效力，本协议自甲、乙双方签字盖章之日起生效。本协议的任何修改必须经过双方的书面同意。

甲方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**推广预算合同范本11**

甲方：

乙方：(以下简称乙方)

为了塑造推广的品牌形象，根据国家有关法律、法规，甲、乙双方本着互相配合、

一、策划项目

1、品牌营销策划案(内容见本协议附件一)。

2、VI视觉设计系统及运用(内容见本协议附件一)。

二、合作项目

1、乙方组织专人对市场情况进行前期调查，并对市场反馈进行管理。

2、乙方组织相关人员监督策划及设计项目进行质量及进度的管理。

3、乙方组织相关人员配合甲方工作人员进行营销渠道的建立及开拓。

4、乙方将邀请品牌营销及市场营销相关专家对甲方工作人员进行培训。

5、乙方组织专人对甲方品牌营销实施环节进行监督和指导。

三、甲方权利及义务

1、甲方为乙方提供相关资料及图片，与乙方进行沟通，确保策划项目达到甲方预期的效果。

2、甲方须指派专人与乙方进行工作的协调，监督乙方工作进度与效果。

3、甲方须配合乙方在项目的预案上及时提出修改意见，确保项目的进度和质量。

4、甲方按照协议约定支付项目执行费用。

四、乙方的权利和义务

1、按照协议附件的策划及合作项目进行工作进度的安排及实施，确保合作项目安置按量的完成。

2、在项目实施的各个阶段定时向甲方进行工作汇报，并按照甲方的修改意见及要求及时进行工作调整，修改和完善各阶段成果。

3、按进度计划完成各阶段任务，保证质量，及时报审;

4、保守双方的商业机密，未经对方同意，不得向第三方透露本协议履行过程中涉及的保密内容。

5、乙方享有各方案的署名权及宣传权，在甲方按照协议支付全部费用后，方案的所有权将转为甲方长期独家所有。

五、委托项目进度

1、第一阶段：

2、第二阶段：

3、第三阶段：

4、第四阶段：年年年年月月月月日完成市场调查及整理。日完成品牌营销策划案。日完成VI视觉设计系统及运用。日完成制作项目(参照营销方案)。

5、第五阶段：配合甲方进入全面市场营销。

六、报送与确认方式

乙方在各阶段规定期限内完成既定任务，取得阶段成果后报送甲方审定，甲方审定或要求乙方修订的时间不在限定期限内，审定通过后，由甲方负责人以书面形式予以确认，确认之日为下一阶段期限起始日。

七、协议金额及付款方式

1、本协议总金额为

2、付款方式：现金。

(1)本协议签订之日，甲方支付乙方预付金%，即万元，大写万元。

(3)在乙方提供策划案及设计稿的成品文件后，甲方全额支付余款。

3、制作项目(参照策划案中的制作项目)的费用另计，乙方按照品牌管理流程进行全面监控，确保项目执行的准确性。

4、乙方配合甲方开拓的产品市场，按照甲方的销售政策比例给乙方提成。

八、成果归属与冠名宣传

1、在甲方未付清乙方项目费用之前，乙方策划设计的甲方“四川延丰农业科技”的版权和著作权归乙方所有;甲方付清乙方策划费用后，上述版权归甲方所有。

2、乙方有对成果享有冠名宣传的权利。

九、违约责任

1、由于甲方原因致使本合同无法履行或中断，应承担违约责任，并支付当期款项，无权要求返还预付金。

2、由于乙方原因推延进度，未能按照计划完成项目或单方面终止协议属违约，应承担违约责任，并返还预付金。

十、合同的终止

1、本协议履行完毕自动终止。

2、一方违约并承担责任后自动终止。

3、任何一方无权单方面要求中止，待双方协商一致后，签定终止协议。

4、甲、乙双方同意终止时须以书面形式确定。

十一、争议的解决办法

本协议履行过程中出

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！