

2023年预算员个人总结报告(精选5篇)

在人们越来越相信法律的社会中，合同起到的作用越来越大，它可以保护民事法律关系。那么合同应该怎么制定才合适呢？下面是我给大家整理的合同范本，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

旅行社旅游合同篇一

甲方(委托方)：

乙方(受托方)：

甲、乙双方本着平等、自愿、公平和诚实信用的原则，就以下委托服务事项达成一致。为保证服务质量，明确双方的权利义务，根据xxx《民法典》和《旅行社管理条例》规定，签订以下协议：

一、委托内容与标准

二、特别注意事项约定

1、乙方应在甲方委托服务范围内为甲方提供服务，委托服务事项之外甲方所发生的问题，乙方概不承担任何责任。

2、为避免甲方的人身财产损失，乙方推荐甲方自愿购买人身意外保险。

3、乙方郑重提醒甲方应安排好自己的活动项目，包括但不限于谨慎购物，谨慎参加赛车、骑马、攀岩、滑翔、探险、漂流、潜水、游泳、滑雪、滑冰、滑板、跳伞、热气球、蹦极、冲浪等高风险活动，妥善保管好个人物品，若由此造成的人身伤亡或财产损失，乙方不负责赔偿。

三、其他约定：

1□ 2□ 3□

四、违约责任

- 1、因乙方的过错给甲方造成损失的，甲方可以要求乙方赔偿损失。
- 2、乙方在处理甲方委托服务事务时，因不可归责于自己的事由受到损失的，可以向甲方要求赔偿损失。
- 3、乙方可以委托第三人处理委托事务。但若因此给甲方造成损失的，甲方可以向乙方要求赔偿损失。

五、争议的解决方式

履行本合同如发生争议，双方协商解决；协商不成，双方可向朝阳法院提起诉讼。

六、本合同一式二份，甲、乙双方各执一份，从签订之日起生效，具有同等效力，确认以本协议为准，之前协议作废。传真件拥有法律效力。

甲方(委托方)签字(盖章)： 乙方(旅行社)盖章：

住所： 住所：

电话： 电话：

签订时间：

旅行社旅游合同篇二

1、团队出境旅游服务，指出境社依据《_旅游法》、《中国公民出国旅游管理办法》和《旅行社条例》等法律、法规，组织旅游者出国旅游及赴中外双方政府商定的国外边境区域和港、澳地区等旅游目的地旅游，代办旅游签证/签注，代订公共交通客票，提供餐饮、住宿、游览等两项以上服务活动。

2、旅游费用，指旅游者支付给出境社，用于购买本合同约定的旅游服务的费用。

旅游费用包括：

- (1) 必要的签证/签注费用（旅游者自办的除外）；
- (2) 交通费（含境外机场税）；
- (3) 住宿费；
- (4) 餐费（不含酒水费）；
- (5) 出境社统一安排的景区景点的门票费；
- (6) 行程中安排的其他项目费用；
- (7) 导游服务费；
- (8) 边境旅游中办理旅游证件的费用；
- (9) 出境社、境外地接社等其他服务费用。

旅游费用不包括：

- (1) 办理护照、港澳通行证的费用；
- (2) 办理离团的费用；

(3) 旅游者投保的人身意外伤害保险费用；

(5) 境外小费；

(6) 行程中发生的旅游者个人费用，包括但不限于交通工具上的非免费餐饮费、行李超重费，住宿期间的洗衣、通讯、饮料及酒类费用，个人娱乐费用，个人伤病医疗费，寻找个人遗失物品的费用及报酬，个人原因造成的赔偿费用。

3、履行辅助人，指与旅行社存在合同关系，协助其履行本合同义务，实际提供相关服务的法人、自然人或者其他组织。

4、自由活动，特指《旅游行程单》中安排的自由活动。

5、自行安排活动期间，指《旅游行程单》中安排的自由活动期间、旅游者不参加旅游行程活动期间、每日行程开始前、结束后旅游者离开住宿设施的个人活动期间、旅游者经领队或者导游同意暂时离团的个人活动期间。

6、不合理的低价，指出境社提供服务的价格低于接待和服务费用或者低于行业公认的合理价格，且无正当理由和充分证据证明该价格的合理性。其中，接待和服务费用主要包括出境社提供或者采购餐饮、住宿、交通、游览、导游或者领队等服务所支出的费用。

7、具体购物场所，指购物场所有独立的商号以及相对清晰、封闭、独立的经营边界和明确的经营主体，包括免税店，大型购物商场，前店后厂的购物场所，景区内购物场所，景区周边或者通往景区途中的购物场所，服务旅游团队的专门商店，商品批发市场和与餐饮、娱乐、停车休息等相关联的购物场所等。

8、旅游者投保的人身意外伤害保险，指旅游者自己购买或者通过旅行社、航空机票代理点、景区等保险代理机构购买的

以旅行期间自身的生命、身体或者有关利益为保险标的的短期保险，包括但不限于航空意外险、旅游意外险、紧急救援保险、特殊项目意外险。

9、离团，指团队旅游者在境外经领队同意不随团队完成约定行程的行为。

10、脱团，指团队旅游者在境外未经领队同意脱离旅游团队，不随团队完成约定行程的行为。

11、转团，指由于未达到约定成团人数不能出团，出境社征得旅游者书面同意，在行程开始前将旅游者转至其他出境社所组的出境旅游团队履行合同的行為。

12、拼团，指出境社在保证所承诺的服务内容和标准不变的前提下，在签订合同时经旅游者同意，与其他出境社招徕的旅游者拼成一个团统一安排旅游服务的行為。

13、不可抗力，指不能预见、不能避免并不能克服的客观情况，包括但不限于因自然原因和社会原因引起的，如自然灾害、战争、恐怖活动、动乱、骚乱、罢工、突发公共卫生事件、政府行為。

14、已尽合理注意义务仍不能避免的事件，指因当事人故意或者过失以外的客观因素引发的事件，包括但不限于重大礼宾活动导致的交通堵塞，飞机、火车、班轮、城际客运班车等公共客运交通工具延误或者取消，景点临时不开放。

15、必要的费用，指出境社履行合同已经发生的费用以及向地接社或者履行辅助人支付且不可退还的费用，包括乘坐飞机（车、船）等交通工具的费用（含预订金）、旅游签证/签注费用、饭店住宿费用（含预订金）、旅游观光汽车的人均车租等。

16、公共交通经营者，指航空、铁路、航运客轮、城市公交、地铁等公共交通工具经营者。

第二章合同的订立

第二条旅游行程单

出境社应当提供带团号的《旅游行程单》（以下简称《行程单》），经双方签字或者盖章确认后作为本合同的组成部分。《行程单》应当对如下内容作出明确的说明：

旅行社旅游合同篇三

乙方(代理方)：_____

根据《xxx合同法》的有关规定，甲乙双方本着平等自愿的原则，达成如下项目代理协议：

一、甲方授权乙方从事甲方《_____》项目的代理。

二、乙方负责项目的市场开拓和销售工作，并及时将有关情况反馈给甲方；乙方在销售过程中，发生的所有费用(销售费用及市场开发费用等)由乙方负责；乙方可以自行制定项目报价，甲方只按所提供的合作报价向乙方收取费用(报价详见附件)。

三、乙方接到定单后需向甲方提供详尽制作信息，包括：制作内容、大小等准确数据，项目功能要求，项目设计要求等。甲方根据乙方提供的项目资料负责进行项目的应用功能调研，系统方案设计，技术开发，安装和调试。制作方案确定后，不得随意改动，如确需改动，须在确定制作方案10日内由乙方方向甲方提出；逾期将视工程难度加收修改费用，由乙方方向甲方支付。

五、项目开发合同金额涉及的任何款项以银行转帐、现金和支票形式结算。

六、甲方在启动项目开发前所收到的第一部分款项不低于甲方应得款项的_____%。

七、在签订项目开发合同后，乙方应敦促客户在3日内支付第一部分款项；在项目完成，并在客户处调试成功后，乙方应敦促客户在3日内支付全部款项。剩余款项未付清期间甲方拥有其产品的全部所有权；当甲方应收的款项全部到达甲方帐户后，其产品所有权归乙方客户所有。

八、授权有效期自_____年_____月_____日起
至_____年_____月_____日止，为期_____年。合同到期可协商续签。

九、本合同从签定之日起即生法律效力。本合同一式两份，甲乙双方各持一份。

旅行社旅游合同篇四

地点：_____

根据《_合同法》和《安徽省旅游条例》等有关法律、法规的规定，在平等、自愿、公平协商的基础上，甲、乙双方达成如下协议：

本次旅游为_____线路_____日游，共_____晚_____天，人致为_____人；含成人_____人；儿童_____人。旅游时间自_____年_____月_____日_____地点出发至_____年_____月_____日地点结束。

本次旅游价格为成人每人_____元，与成人同行的儿童为每人_____元（儿童与成人服务内容不同，应另外注明）。

总金额为（币）_____元。

根据有关规定，乙方先收费后接待。甲方应当按下述第种方式将旅游费

用现金支付或汇人乙方指定的银行_____（账户名称：_____账号：_____）

1. 一次性付款；
2. 报名时支付预付款_____（币）_____，余款须在出发前_____天付清。

甲方支付全部旅游费用后，乙方应当开具旅游发票。

1. 乙方应制定明确具体的旅游行程及服务标准，并作为合同附件交给甲方。
2. 旅游行程及服务标准应明确游览景点及所含门票类别。
3. 旅游行程及服务标准应明确住宿、用餐、交通工具标准及导游服务的类别。
4. 乙方在旅游行程中平均每天安排旅游购物不超过_____次
5. 甲方参加乙方安排的合同约定的所交旅游费用外的游览、娱乐项目的内容、费用应在旅游行程中明确。
6. 乙方提供的服务应符合国家和行业标准的规定，并向甲方作全面真实介绍，保证不作虚假宣传。
7. 甲方应对乙方的旅游行程及服务标准作详细了解咨询，并保证自己的身体状况等能完成本次旅游。

8. 甲方因突发疾病提出中断旅游行程，应提供一当地医疗机构的诊断证明。乙方扣除已支付的费用后，应当退还剩余费用。乙方应做妥善安排，费用由甲方自理。

9. 乙方与本次旅游有关的广告、宣传制品、店堂告示等符合合同要约条件的，视为本合同的一部分，对乙方具有约束力。

10. 本合同签订后，因政策性或非乙方原因造成旅游费用的增减，应予以多退少补。

11. 乙方应购买《旅行社责任险》，因乙方的责任致使甲方人身、财物遭受损害的，其赔偿范围和标准以乙方与保险公司签订的合同条款为准。”

12. 根据规定，乙方应当推荐甲方投保旅游意外保险，其投保费用由甲方自理，保额由甲方自行确定。

1. 出发前，甲方未按约定时间支付全部旅游费用，合同终止。甲方应当支付乙方已发生的费用。

2. 甲方未按约定时间提供证件或相关真实有效资料，造成乙方无法为其办理取得目的地国家或地区签证的，合同终止。甲方应承担乙方已支付的相关费用。

3. 甲方未按约定时间集合或提供资料失实或目的地国家（地区）未予签证、未准予入境造成旅游无法成行，合同终止。已发生的费用不予退还。

4. 甲方未按合同约定和未经乙方同意，中途自行离团或擅自改变住宿、餐饮、景点、交通工具及购物地点或标准的，不得要求乙方退回未完成行程的旅游费用，给乙方造成损失的，应承担赔偿责任。

5. 甲方因违反有关国家和地区法律、法规而被惩、拘留、遣

返及追究其它法律责任和费用的由甲方自理。

1. 乙方擅自减少旅游景点，每减少一个景点，应退还该景点门票、导游服务费用并，赔偿同额违约金。
2. 乙方未经甲方书面同意，擅自增加合同以外的购物地点数额，每增加一处购物地点，应当支付旅游合同总金额_____ %的违约金；擅自增加合同以外的旅游、娱乐项目，应承担增加的旅游、娱乐项目的直接费用。
3. 在乙方安排的购物地点，甲方购买的商品经市级以上有关专业部门鉴定为假冒伪劣商品的，并持有相应的税务发票的，在15日内向乙方提出，乙方应负责予以退换。
4. 乙方擅自降低住宿、餐饮、交通工具标准，应退还甲方所付相应费用与实际费用差额并支付差额的同额违约金。
5. 因第三方原因造成乙方降低住宿、餐饮、交通工具标准或景点不能游览，应退还甲方所付相应费用与实际费用差额并赔偿差额_____ %的违约金。
6. 乙方或领队违反合同约定给甲方造成损失的，除本合同另有约定外，应当依据国家旅游局《旅行社质量保证金赔偿试行标准》予以退赔。

本合同生效后，甲方要求终止合同的，应在出团前_____天通知乙方并办理相关善后事宜，甲方应承担乙方为本次旅游已支付的各项费用；否则应承担违约责任，并赔偿旅游合同总金额_____ %的违约金。乙方要求终止合同，应在约定出团前_____天通知甲方，乙方为本次旅游已支付的各项费用自行承担；否则应承担违约责任，并赔偿旅游合同总金额_____ %的违约金。

甲、乙双方因不可抗力原因不能履行合同的，不承担违约责

任，但应及时通知对方，并提供相关详情及不能履约的证明材料。已发生的相关费用不予退还。

旅游中因甲方或第三方责任造成甲方的人身伤害或财物损失的，乙方不承担赔偿责任。

乙方在旅游质量问题和安全事故发生前已对可能发生的相关情况已向甲方作出充分说明、提醒、劝戒、警告的；所发生的旅游质量问题和安全事故是非故意、非过失或无法预测或已采取了预防措施的；旅游质量问题和安全事故发生后，乙方已采取了善后处理措施的，乙方可以减轻或免除责任。

本合同在履行中发生的争议，双方应协商解决，如协商不成，双方可以向有管辖权的旅游质监管理、工商管理部门申请调解，甲乙双方也可以按下述第_____种方式解决：

1. 提交_____仲裁委员会仲裁；2. 依法向人民法院起诉。

双方对旅游服务质量发生争议时，可依旅游质监管理部门出具的服务质量鉴定意见作为处理争议的依据。

本合同及其附件和补充协议均为本合同的组成部分。

第十三条本合同及其附件共页，一式_____份，具有同等法律效力。甲乙双方各_____份。

甲方（签字或盖章）：_____乙方（签字或盖章）：_____

旅行社旅游合同篇五

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、广告定位等方面人手。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 双方在合同履行的过程中, 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支付给乙方：

(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

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、包装均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，相关法律法规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：_____