# 营销策划合同5篇(模板)

来源：网络 作者：心如止水 更新时间：2025-05-16

*营销策划合同一乙方：甲、乙双方经友好协商，基于平等、自愿、诚实信用的原则，并根据国家有关法律、法规之规定，订立本合同。第一条合同目的鉴于乙方在房地产行业上拥有非常丰富的经验和专业知识，本合同签订的主要目的是乙方利用其在房地产行业上丰富的经验...*

**营销策划合同一**

乙方：

甲、乙双方经友好协商，基于平等、自愿、诚实信用的原则，并根据国家有关法律、法规之规定，订立本合同。

第一条合同目的

鉴于乙方在房地产行业上拥有非常丰富的经验和专业知识，本合同签订的主要目的是乙方利用其在房地产行业上丰富的经验和专业知识为甲方投资开发的 “xxxx”(暂定名)旅游度假酒店项目(以下简称“项目”)进行市场分析与研判、卖点梳理与核心价值的归纳得出最精准的市场定位、产品定位及产品细分并指导设计公司调整出最佳总平与户型、景观等方案;制定出最佳的营销策划方案(包括价格定位和执行方案等);提供最佳的物业(增值)服务建议，以便本“项目”适应市场需求适销对路和实现经济回报最佳的效果。

第二条 乙方服务内容及服务费

为实现甲乙双方经多次协商确定的本合同第一条合同目的，乙方服务内容包括但不限于以下三个阶段：第一阶段，乙方通过市场调研与分析提供精准的市场及产品定位思路并对项目原方案作出评估意见和指导设计公司调整出项目的总平方案、户型方案(并尽量确保原规划面积不减少)、景观方案、广告等相关方案;第二阶段，制定出最佳的营销策划方案，应包括对区域市场及swot分析等综合分析后提出的营销执行策划案，价格定位，第三阶段提供最佳的物业服务建议。三个阶段的具体服务细则提纲以下述各阶段内容为准，并提出对应研究报告(注须有必要的数据支撑和推理与专业判断)，完成本合同目的工作内容的全部服务费共计 xxx元人民币。

第一阶段:提供精准的市场及产品定位方案

市场及产品定位方案包括但不限于以下几个方面的阐述：

1、从市场细分的角度对本项目及产品定位。

(1)心理需求细分。结合成都人不同的生活方式和个性等实际情况，分析本项目潜在消费者的心理需求。(2)家庭组成细分。结合成都市的家庭数量及结构等实际情况，从一个家庭的角度分析本项目潜在消费者的心理需求。(3)地理环境细分，包括自然地理环境、经济地理环境和人文环境方面内容。结合本项目所处的地形、地貌、气候条件、距离市中心的远近、交通便利、文化教育情况等实际情况，分析本项目潜在消费者的心理需求。

2、根据市场调研情况对本项目及产品定位。

对整个市场(包括周边市场)竞争的情况，竞争对手的楼盘类型，销售，潜在目标人群的需求等进行充分的调研后，结合调研的情况对本项目及产品定位。

3、从本项目品牌形象的角度对本项目及产品定位。

结合绿色家园，包括园林生态，体育健身、休闲、养生、美食、医疗保障、物业特殊服务、文化氛围等方面分析本项目潜在消费者的心理需求。

4、结合本项目真正的卖点对本项目及产品定位。

根据本项目的实际情况，对本项目文化定位，以突出本项目所蕴涵的文化氛围;对本项目智能化定位突出小区的设施和物业管理的智能手段;概念定位突出感性消费时代的概念营销等。总之运用乙方的丰富经验和专业知识，分析出本项目及产品与众不同的特色。

5、通过上述市场、卖点、功能、产品及细分定位工作后，对甲方项目已有的总平及户型、景观、广告等方案，进行评估，提出调整意见，并与甲方一起参与和对应设计公司的各种工作讨论，共同修订出修改调整方案。

第二阶段：制定出最佳的营销策划方案。

营销策划方案包括但不限于以下几个方面的阐述(顺序可按实际重新排列)：

1、基本面陈述

2、本项目独特的资源分析

3、物业管理的描述

4、营销主题方案

5、营销战略总体构想

6、工作重点

7、市场分析

就成都市及 等房市进行深度调查分析。

8、项目分析

(1)本项目概况;(2)本项目优势分析;(3)本项目劣势分析。

9、市场定位

(1)目标客户定位;(2)价格定位。

10、宣传工作安排

11、推广基础部分设计思路

12、广告计划

13、分阶段广告策略与主题

14、媒介策略

15、媒介选择标准

16、媒介组合

17、广告发布时机

18、营销全环节作用

19、营销整合

20、开盘销售促进

21、本项目销售体系

22、销售阶段与目标

23、前沿强销期

24、持续强销期

25、销售中心效能管理

26、销售管理

27、售楼部职能

28、销售体系架构及职能

29、绩效考核

30、营销及兼职业务人员奖励实施办法

31、协助甲方全过程对售楼部装修调整、软饰和沙盘、楼书、dm单、3d 动画、户外广告，卖场体验和样板区的体验等给予详细建议，和对营销人员进行必要的培训等。

第三阶段：提供最佳的物业服务建议。

结合本项目实际情况，根据潜在业主的心理需求，提出最合适本项目的物业服务建议。

第三条 阶段性工作成果的提供期限和验收程序及费用的支付。

1、本合同签订之日期 30 日内，乙方向甲方提供本项目精准的市场及产品定位方案，其中书面报告各壹式贰份(加盖单位公章，本合同上确定的工作联系人签字)及相应的电子版一份。甲方收到该方案5个工作日内经审核初步认可后，书面签字确认。如没有书面签字确认，则视为不同意乙方提供的方案。经甲方提出意见后，乙方可予以修改，直到方案经甲方书面签字同意为止。第一阶段的方案经甲方同意后，5个工作日内，甲方将 元( 万元整)人民币支付到本合同乙方确定的账户上。本合同签订之日起45日内，乙方向甲方提交的本项目的市场及产品定位方案仍不能获得甲方的书面同意，则甲方有权单方面通知乙方解除本合同，并不支付乙方任何费用。在乙方协助甲方与对应的设计公司调整出总平、户型、景观、广告方案后5个工作日内甲方将 元( 万元整)人民币支付到本合同乙方确定的账户上。

2、第一阶段的方案经甲方同意之日起30日内，乙方向甲方提交本项目最佳的营销策划方案，其中书面报告各壹式贰份(加盖单位公章、本合同上确定的工作联系人签字)及相应的电子版一份。甲方收到该方案5个工作日内经审核同意后，书面签字确认。如没有书面签字确认，则视为不同意乙方提供的方案。经甲方提出意见后，乙方可予以修改，直到方案经甲方书面签字同意为止。第二阶段的方案经甲方同意后，5个工作日内，甲方将 元( 万元整)人民币支付到本合同乙方确定的账号上。第一阶段的方案经甲方同意之日起45日内，乙方向甲方提交的本项目最佳的营销策划方案仍不能获得甲方的书面同意，则甲方有权单方面通知乙方解除本合同，并不支付乙方第二阶段(含第二阶段)以后的任何费用。在乙方协助甲方和对应的设计公司调整出沙盘、楼书、dm单等vi系统和销售体验方案后5日内甲方将 元( 万元整)人民币支付到本合同乙方确定的账户上。

3、第二阶段的方案经甲方同意之日起30日内，乙方向甲方提交本项目最佳的物业服务建议，其中书面报告各壹式贰份(加盖单位公章、本合同上确定的工作联系人签字)及相应的电子版一份。甲方收到该方案5个工作日内经审核同意后，书面签字确认。如没有书面签字确认，则视为不同意乙方提供的建议。经甲方提出意见后，乙方可予以修改，直到建议经甲方书面签字同意为止。第三阶段的建议经甲方同意后5个工作日内，甲方将 元( 万元整)人民币支付到本合同乙方确定的账户上。第二阶段的方案经甲方同意之日起45日内，乙方向甲方提交的本项目最佳的物业服务建议仍不能获得甲方的书面同意，则甲方有权单方面通知乙方解除本合同，并不支付乙方第三阶段(含第三阶段)以后的任何费用。

4、甲方项目一期开盘销售70%后，一次性支付 元( 万元整)人民币到本合同乙方确定的账户上。

5、乙方指定账号：

开户行：

开户名称：

账号：

开户行地址：

第四条 权利义务。

1、甲方的权利义务

(1)乙方所提交的工作成果是否合格，由甲方决定。

(2)甲方有义务根据本合同的约定按时、足额的向乙方支付服务费用。

(3)甲方仅向乙方提供本项目本身的相关资料，其他基础资料包括市场调研等应由乙方独立完成。

2、乙方的权利义务

(1)乙方须为本项目的顺利执行而成立专门的项目小组，小组成员在房产行业须具备非常丰富的专业知识和经验。

(2)乙方须与甲方保持密切联系，对甲方提供的与本合同履行有关的各项合理要求应积极配合和必要的现场指导。

(3)乙方应保证所提交的服务内容真实可信，并确保方案和建议的及时性，同时确保方案和建议的质量和深度。乙方提出的方案或建议等工作成果虽经甲方签字同意，对甲方未能一次性提出的修改方案及意见也应认真考虑并作出调整方案，否则甲方有权通知乙方解除本合同。

(4)乙方有权根据本合同的规定按时、足额的从甲方取得本合同约定的服务费。

(5)成立专门项目管控小组，为保证项目按质按量推进项目并整体把控，由易帅担任项目总负责，并组建项目执行团队。

第五条 违约责任。

因任何一方的过错给对方造成损失的，应承担赔偿责任

第六条 保密条款

1、乙方向甲方提交的方案或建议等的知识产权均归甲方所有，甲方享有自由处置的权利。乙方对上述方案和建议的内容进行保密，保密期至本项目正式交付给业主之日的三个月内。

2、乙方应对甲方提供给乙方的资料、文件等采取保密措施，否则乙方无条件承担全部责任及后果。

3、乙方承诺为甲方提供的信息途径、各类资料、报告及工作成果等均符合法律规定，如侵犯任何第三方权益的由乙方承担责任，与甲方无关。

第七条 其他

1、甲乙双方分别指定的联系人为： 与 。

2、本合同未尽事宜，双方另行签订补充协议

3、本合同如发生纠纷，双方应协商解决，如协商不成，可向甲方或乙方所在地人民法院起诉。

4、本合同中所列出的双方的通讯地址为双方的有效通讯地址，合同任何一方均可按该地址向另一方送达涉及合同各方权利义务的通知，另一方拒收或被邮局退回的，均视为一方的通知已有效送达到另一方。

5、本合同自甲、乙双方签字或盖章之日起生效。

6、本合同一式肆份，双方各执贰份，具有同等法律效力。

签约日期：

乙方：

**营销策划合同二**

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。

10. 附件为本合同组成部分，附件有 件：

附件一：乙方项目小组成员名单

附件二：乙方提供服务内容

附件三：授权委托书

（以下无正文）

（本页为签署页，无正文）

甲方（盖章）：

乙方（盖章）：

法定代表人：

法定代表人：

委托代理人：

委托代理人：

公司地址：

公司地址：

邮政编码：

邮政编码：

电话：

电话：

传真：

传真：

开户银行：

开户银行：

银行帐号：

银行帐号：

签约日期：

附件二：乙方提供服务内容

1、项目市场分析

宏观市场分析

区域市场分析

区域市场消费能力分析

区域市场供求分析

区域市场竞争分析

竞争个案分析

项目产品定位

目标消费者定位

项目swot分析

价格定位分析

2、项目营销策划及推广企划

1）营销传播策划

推广主题概念

名称（包括案名、建筑名称、组团名称、道路名称等）

项目诉求点（卖点/利益点）

项目传播目标

目标受众定位及特征分析

品牌个性写真

表现策略

阶段性传播策略及各阶段广告主题

软性新闻策略及文章撰写

公关、促销活动策划

2）营销传播策略的执行

工作计划及广告预算

媒介分析及媒介组合策略

每月媒介发布计划

公关、促销活动策略与建议，以及执行配合

房展会的布展参展策略与建议，以及执行配合

市场情况变化下紧急应对措施建议及执行

广告效果监控

3、项目形象及广告创意、设计制作

（1）视觉识别系统（vi）设计

a 主标识、标准字、标准色

企业标志（logo）规范

企业标志释义设计说明

标志墨稿

反白效果图

标准化制图

标志方格坐标制图

企业标准字体

企业全称中文字体

企业简称中文字体

标准中文字体坐标制图（横排、竖排）

企业全称中英文字体

企业简称中英文字体

标准简称英文字体坐标制图

企业标准色（色彩计划）

企业标准色（印刷演色法）

辅助色系

明度应用规范

色彩搭配专用表

电脑视屏企业标准色rgb参数

彩色喷绘epsone打印标准色参数

企业专用印刷字体规范

中文英文专用印刷字体设计

b 标识规范组合形式

c 标识变异组合形式

d 办公环境应用（信纸、信封、传真纸、信笺、件夹、员工胸卡、《员工手册》的封面、封底设计、公文袋、纸杯、手提袋（纸基、塑基）、企业用报告封面、请柬、贺年卡等）

e 环境及展示标准应用规范

f 交通工具应用

g 广告礼品

h 项目理念用语

（2）平面印刷品设计

a 楼书

b 海报

c 折页

d 平面户型图

e dm

f客户通讯编写

g 入住时所需提供业主的各项文书

h 其它

（3）媒体广告创意及平面设计

包括报纸、杂志、网络、电台、电视台等媒体广告发布所需要的广告创意、文案及平面设计；软性文章的撰写工作等。完成的设计成果将以电子文件并出片打样方式提供给甲方，印刷品提供打印拼版样稿。

（4）销售相关包装设计，包括：

售楼中心包装

营销中心室内外装修及装饰设计建议

营销中心功能分区提示

营销中心室内家具布置

营销中心大门横眉设计

营销中心形象墙设计

接待台及背景板

营销中心导视牌

销售标识牌

大门入口道路指示牌

停车场指示牌

挂式导向牌

立式导向牌

销售大厅装饰挂旗

精神堡垒等

样板间包装

样板间装修风格设计说明

样板间内外装修及装饰设计建议

样板间导视牌

样板间示范说明牌

展览会中的布展区展板、展具设计

标识符号系统（企业专用形式）

禁止吸烟符号

男女洗手间符号

问讯台符号

安全出入口符号

企业各部门形象标识牌

入住后社区标识

员工服装系统

车体外观系统

（看房车外观标识系统、班车外观标识系统）

样板间导示牌

（5）户外广告媒体创意设计；

a 企业形象广告路牌

b 工地看板

c 工地围墙

d 售楼处招牌及看板

e pop

f 挂旗、刀旗

g 楼体广告

h 高速高炮

i 其他

（6）推广及销售工作所需的其他设计工作。

4、广告效果监控

来电、来访、交定、签约客户分析

媒体来源统计及分析

广告效果监控及分析

附件三：授权委托书

有限公司

授权委托书

就你司承揽我司的的营销策划代理业务，我司现委派 先生/小姐代表我司负责跟踪和联系，并代表我司的工作任务单下达、会议记录、工作进度表、设计稿件、成品的确认和签收。关于我司与贵司的营销策划业务合同及相关工作文件的确认由我司 先生/小姐签字生效。

授权委托书有效期自本委托书签署之日起至本合同有效期终止之日止。

本授权委托书不得涂改或随意填补内容，否则该部分无效。

此后无正文。

有限公司（盖章）

授权代表人（签章）：

受托人签字式样：

**营销策划合同三**

甲方：

乙方：

双方经过友好协商，就金城房地产开发有限公司项目蓼都景苑的营销代理服务达成以下协议：

一、 项目概况：该项目位于 由六安金城房地产开发有限公司投资开发，项目总建筑面积 平方米。

二、 合作方式：乙方为甲方提供全套的营销代理服务。包括营销策略及策略表现、销售执行全套营销代理服务，并具体服务内容见(附件一： 蓼都景苑项目营销代理服务内容)

三、 收费办法：乙方的服务费用包括二项内容。一是佣金收入，二是溢价分成。

佣金收入：按照平等互利的原则，在实现销售后乙方开始提取营销代理费用。双方约定：该项目的销售底价为 1250 元/平方米，乙方按照此底价制定一房一价表，实现销售后，按底价成交额的2%计取。

溢价分成：溢价指的是实际成交额和底价之间的差额，该溢价由甲乙双方按6：4的比例分成。甲方得百分之六十，乙方得百分之四十。

四、 付款方式：实现销售时即按实际成交额开始计取佣金和相应的溢价分成，每个月计算一次佣金及溢价分成。每个月的5号为约定的佣金及溢价分成的结算日，若逢节假日则顺延。

五、 实现成交的标准：甲乙双方约定，客户交取定金并签订商品房预售(销售)合同后即视为已实现成交。则可计取该套物业的佣金及溢价分成。

六、 约定事项：

1、乙方为甲方提供全套的营销代理服务。销售人员、案场经理、策划人员、项目经理均由乙方安排，乙方派出人员所产生的费用，如工资、奖金、差旅费用等均由乙方负责，和甲方无关。

2、甲乙双方应积极配合，共同促进项目的顺利销售。甲方应向乙方提供售楼处及相应的家具及办公条件，以保证乙方能顺利进场实现销售工作。乙方负担售楼处售楼工作所产生的电话及水电费用。

3、甲方应按乙方的要求提供全套的销售基本资料：如项目规划设计图集、户型图、各类效果图、交房标准、社区配套等，乙方按此内容制定“销售手册”，甲乙双方核准后，按此销售手册执行。以统一口径，促进销售工作。

4、广告费用：广告费用按项目总销金额的0.5%计取，由乙方支付。此处的广告费用指的是广告宣传费用(如dm、宣传折页、户外广告等)，不包含楼盘模型的费用。

5、关于蓼都景苑的所有策略及策略表现服务，该服务所衍生的平面作品、策略创意的知识产权为双方所有，双方均能独立使用。

6、甲方指定委托人审定乙方的营销策划方案，乙方不承担除方案设计以外的责任。

7、乙方在前期提供整体营销计划，并在每月初提供当月工作计划，甲方审定后，双方按计划执行工作，不可轻易改变工作计划。

8、乙方保证所有的策略及策略表现均为原创性作品。

9、甲方保证按合同约定定期向乙方支付佣金及溢价分成。乙方保证制定完善的销售计划，尽快使销售款回笼。

10、其它事项

双方在服务与合作过程中，均要保护对方的商业机密，如服务的内容、项目的价格、策略、营销计划均为商业机密内容，双方参与人员均应严格保密，不得损害对方的利益。

七、未尽事宜，双方再行商议解决。若有纠纷，双方协商解决。该协议自双方签字即日起生效。

甲方： 乙方：

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日 日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**营销策划合同四**

甲方：

乙方：

现有甲乙双方就广告代理一事，本着“互惠互利，共同发展”的原则，在“平等、自愿”的基础上，签定本合同，内容如下：

甲乙双方须共同遵守《中华人民共和国广告法》及相关国家法律法规。

乙方在甲方媒体刊登广告，遵守甲方媒体的广告管理规定（刊登细则）。

甲方有权审查乙方提交的广告内容和表现形式，如广告内容和形式不符合法律法规的规定，有权要求乙方做出修改，乙方做出修改前，甲方有权拒绝发布。 乙方代理甲方媒体的广告，享受优惠的代理价格为：甲方刊例价格的六折 。 双方约定在甲方媒体刊发广告，一律实行先款后登的原则。

甲方给乙方颁发广告代理委托授权书，作为乙方的广告代理资格证明。

甲方同意乙方在宣传手册、网站等乙方媒介上对外宣传甲方媒体，甲方有义务为乙方提供相关宣传内容，如：甲方媒体背景、发行量、读者群、广告报价等。

甲方同意乙方的广告客户持乙方广联卡（广告联播）可直接到甲方办理广告业务，并享受甲方给予乙方的优惠待遇。

乙方广告客户实行会员制，在对会员报价时不得低于甲乙双方在本合同中约定的优惠价，若低于此优惠价，甲方有权拒绝刊登广告。

10、甲方媒体如果有重大变化和调整，应及时通知乙方。

11、甲乙双方约定乙方代理广告期限暂为一年，续签再议。

12、其他未尽事宜，双方另行商定。

13、本合同一式两份，双方各执一份，自签字盖章之日起生效。

甲 方： 乙 方：

代 表： 代 表：

（盖章） （盖章）

年 月 日 年 月 日

**营销策划合同五**

甲方：

乙方：

根据《中华人民共和国合同法》及有关规定，甲乙双方本着诚实信用，平等互利的原则，就 事宜协商一致，订立本合同。

乙方将组织专项项目服务组，向甲方提供 服务。服务内容见附件（附件一：《营销策划项目内容清单》、附件二：《项目组名单》）。

1．根据乙方策划的要求，提供客观、真实的相关资料和数据；

2．根据本协议规定，按时向乙方支付酬金；

3．有权了解乙方的工作进度和实施情况；

4．有权接收乙方完成的工作成果及相关文件资料。得到双方书面签字认可后，有权获得与本项目相关的知识产权的申请权和所有权：

5． 要求乙方按时、按质、按量完成服务项目；

6． 按时确认和接受乙方完成的阶段性工作成果，并以书面形式签收；

7．在本合同履行中，甲方加盖印章的书面文件或由甲方授权人签名的一切文件及单据等，甲方要承担全部责任；

8．乙方为甲方创作的概念、意念、文体及图像等，所有权归甲方所有，甲方将无界限使用；乙方为甲方提供并经认可的所有方案、图象、文字、概念、意念等，乙方不得提供给他人使用。

1．按时完成和交付每个阶段的工作成果，提供有效服务和支持；

2．乙方有权根据本协议的约定获得酬金；

3．乙方的策划和设计方案，如果侵犯了第三方的知识产权，其责任由乙方自负；

4．保护甲方所交付的一切工作相关物品，包括所有报告、文件、统计资料及其他材料，不得丢失、传播、泄密。

5．由双方共同确定广告执行的第三方，乙方负责监督第三方的实施，并予以验收；乙方负责提供促销品、印刷品、pop、促销工具等的设计制作方案，甲乙双方共同确定制作方并由乙方验收。

6．乙方在充分了解甲方产品、市场状况及相关信息后，应成立项目组为甲方服务；

7．乙方按照合同附件《营销策划项目内容清单》分阶段实施策划服务，服务内容所涉及的甲方商业机密严格保守；

8．乙方往返于陕西省境内工作地差旅费、伙食费自行负担，乙方每月到甲方进行项目沟通；

9．为了达到预期目标，乙方定期或不定期向甲方进行专业培训（意识导入、团队建设、营销管理、销售技巧等）；根据甲方需要涉及到特别提升培训项目，乙方负责向甲方推荐和组织专业培训机构实施培训，其费用由甲方承担。

1．乙方完成的工作成果的交付地点、交付方式由甲乙双方协商约定，并由双方代表签署交结资料清单。甲方收到乙方的每个阶段工作成果后的第三个工作日内，乙方接受咨询、答疑并进一步完善；

2． 每项工作成果的交付期限按照约定的时间交付（根据每月双方签字确定的排期执行）。

1．合同有效期自 年 月 日至 年 月 日止

2．甲方保证在合同期内， 区域市场投放 万元宣传费用、促销费用、整体营销费用（不含物料制作、形象代言人、媒体发布等费用）。

3．每月3日前甲方必须向乙方出具相关销售报表和财务报表，销量按甲

方每月提供的销售报表和财务报表计算，甲方不得隐瞒实际销量和投入费用，以作为后续策略参考，乙方有权对此进行督察。

4.在甲乙双方的每次项目讨论会上，双方需做好会议纪要，并经双方签字认可后备案（甲乙双方各执一份）

1．项目服务费为 圆人民币（ 万元人民币），乙方开具正式税务票。

2．首付：合同签订后3个工作日内，甲方首付给乙方项目服务费的60%，即人民币 人民币（ 万元人民币） ；

3.在项目进入辅导期前三个工作日内，甲方给乙方支付合同总额40%的余款，即 人民币（ 万元人民币）

4．由于甲方原因，不能按时向乙方付款，乙方有权向甲方收取滞纳金；滞纳金按照合同额的10%收取。

5．合同期内，甲方对乙方服务表示认可，从合作开始的第三个月起不得随意终止合同（双方友好协商解除合约除外）。

1．经甲方确认实施的活动，若甲方提出变更或终止，所产生的损失由甲方负责。乙方委托第三方未依甲方确认的内容执行，则由乙方负起责任，并向甲方赔偿。

2．甲乙双方在履行本合同中，都必须遵守中华人民共和国法律及其他有关规定，甲方不得要求乙方在为甲方提供服务时做出违反法律和规定的行为。

3．根据甲方指示采取的行动，而对任何第三方产生纠纷或被有关部门处罚，由甲方承担责任。

由甲方或代表甲方之人（必须具备法人委托书）提供给乙方并向乙方明示应加以保守机密之专业或其他资料，乙方将遵守下列规定，如有违反致甲方受到损害，甲方有权要求乙方赔偿；

1．未经甲方书面许可，乙方不得对任何人、公司泄露前述资料及技术。

2．未经甲方书面许可，乙方不得以任何方式将前述资料及技术等信息向第三方透露。

3．双方合同终止时，应即时将前述资料与技术、信息归还甲方。

4．合同期内，乙方承诺不承接其它任何与甲方产品相似（同质）的企业，产品的同类服务。

1．甲乙双方合同期内任何一方可以书面形式通知对方终止此协议，就本行业之惯例，甲方或者乙方需作一个月事先通知。乙方将于终止期限内收取所有甲方应付费用，如终止期后之刊物截稿期限仍在此期间内，有关刊物广告费用亦同时收取。

2．当协议终止及有关账目付清后，乙方将交回甲方所有服务文件、包括文案、初稿设计、画稿、制版、录像/录音带、电子文件等。而乙方亦应将所有的媒介合约移交甲方。

3．因不可抗力，致使合同不能继续执行，甲乙双方经协商决定终止协议；

4．甲乙双方若任何一方丧失继续执行协议能力，或一方违约，守约方有权终止合同。

甲方： 乙方：

法人代表人： 法人代表人：

委托代理人： 委托代理人：

电话/传真： 电话/传真：

日 期： 日 期：

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn