

20XX

专业合同封面

COUNTRACT COVER

甲方：XXX

乙方：XXX

PERSONAL

2024 年度果园广告宣传与推广合同

本合同目录一览

第一条 合同双方基本信息

- 1.1 合同双方名称
- 1.2 合同双方法定代表人
- 1.3 合同双方地址
- 1.4 合同双方联系方式

第二条 合同标的

- 2.1 果园广告宣传与推广的具体内容
- 2.2 广告宣传与推广的范围
- 2.3 广告宣传与推广的时间期限

第三条 广告宣传与推广费用

- 3.1 广告宣传与推广费用的总额
- 3.2 广告宣传与推广费用的支付方式
- 3.3 广告宣传与推广费用的支付时间

第四条 广告宣传与推广内容的制作与发布

- 4.1 广告宣传与推广内容的制作要求

4.2 广告宣传与推广内容的发布平台

4.3 广告宣传与推广内容的发布时间

第五条 合作双方的权利与义务

5.1 合作方的权利

5.2 合作方的义务

5.3 第三方的权利与义务

第六条 违约责任

6.1 违约责任的认定

6.2 违约责任的承担

6.3 违约金的计算方式

第七条 争议解决方式

7.1 争议解决方式的约定

7.2 争议解决机构的确定

7.3 争议解决程序

第八条 合同解除条件

8.1 合同解除的条件

8.2 合同解除的程序

8.3 合同解除后的处理

第九条 合同的生效与终止

9.1 合同的生效条件

9.2 合同的生效日期

9.3 合同的终止条件

9.4 合同的终止日期

第十条 合同附件

10.1 附件名称

10.2 附件内容

10.3 附件与主合同的关系

第十一条 合同的修订与补充

11.1 合同修订与补充的原则

11.2 合同修订与补充的程序

11.3 合同修订与补充的生效

第十二条 合同的履行与监督

12.1 合同履行的原则

12.2 合同履行的监督方式

12.3 合同履行中产生的问题处理

第十三条 合同的保密与知识产权

13.1 合同保密的内容

13.2 知识产权的归属

13.3 知识产权的保护

第十四条 合同的其他事项

14.1 合同的解除与终止

14.2 合同的修改与补充

14.3 合同的解释与争议解决

14.4 合同的生效与终止日期

第一部分：合同如下：

第一条 合同双方基本信息

1.1 合同双方名称

甲方：果园

乙方：广告公司

1.2 合同双方法定代表人

甲方法定代表人：

乙方法定代表人：

1.3 合同双方地址

甲方地址：省市区路号

乙方地址：省市区路号

1.4 合同双方联系方式

第二条 合同标的

2.1 果园广告宣传与推广的具体内容

本次广告宣传与推广内容主要包括：果园概况、产品介绍、种植技术、采摘活动等。

2.2 广告宣传与推广的范围

广告宣传与推广范围包括：全国范围内的主要电商平台、社交媒体平台、户外广告等。

2.3 广告宣传与推广的时间期限

广告宣传与推广时间为2024年1月1日至2024年12月31日。

第三条 广告宣传与推广费用

3.1 广告宣传与推广费用的总额

本次广告宣传与推广费用总额为人民币万元整。

3.2 广告宣传与推广费用的支付方式

费用支付方式为分期支付，具体支付时间为：

首期支付：合同签订后5个工作日内支付总额的30%

第二期支付：2024年3月31日前支付总额的40%

第三期支付：2024年9月30日前支付总额的20%

尾款支付：2024年12月31日前支付剩余的10%

3.3 广告宣传与推广费用的支付时间

支付时间按照上述分期支付安排执行。

第四条 广告宣传与推广内容的制作与发布

4.1 广告宣传与推广内容的制作要求

乙方应按照甲方提供的要求和素材，在约定的时间内完成广告宣传与推广内容的制作。

4.2 广告宣传与推广内容的发布平台

发布平台包括但不限于：电商平台、社交媒体平台、户外广告等。

4.3 广告宣传与推广内容的发布时间

具体发布时间由双方协商确定，并在合同中明确。

第五条 合作双方的权利与义务

5.1 合作方的权利

甲方享有广告宣传与推广成果的所有权，乙方享有合同约定的报酬。

5.2 合作方的义务

甲方应提供广告宣传与推广所需的相关资料和素材，并配合乙方完成广告宣传与推广工作。

5.3 第三方的权利与义务

第三方包括但不限于广告平台、媒体等，其权利与义务按照相关平台或媒体的规定执行。

第六条 违约责任

6.1 违约责任的认定

任何一方违反合同约定的义务，均应承担相应的违约责任。

6.2 违约责任的承担

违约方应向守约方支付违约金，违约金的计算方式为：

逾期付款：按每日万分之五支付违约金；

逾期完成广告宣传与推广工作：按每日支付合同总金额的万分之五支付违约金。

6.3 违约金的计算方式

违约金按上述违约责任认定和承担方式计算。

第八条 争议解决方式

7.1 争议解决方式的约定

本合同的争议解决方式为协商；协商不成的，提交仲裁委员会仲裁。

7.2 争议解决机构的确定

争议解决机构为仲裁委员会。

7.3 争议解决程序

争议解决程序按照仲裁委员会的仲裁规则进行。

第八条 合同解除条件

8.1 合同解除的条件

一方严重违约，另一方在合理期限内未能纠正；

因不可抗力导致合同无法履行；

双方协商一致解除合同。

8.2 合同解除的程序

一方提出解除合同，应书面通知对方，并说明解除合同的理由。对方应在收到通知后 15 日内给予答复。

8.3 合同解除后的处理

已付款项不予退还，未付款项不再支付；

双方应尽快完成剩余工作，确保合同目的的实现；

双方应相互退还已提供的资料和物品。

第九条 合同的生效与终止

9.1 合同的生效条件

本合同自双方签字盖章之日起生效。

9.2 合同的生效日期

本合同自 2024 年 1 月 1 日起生效。

9.3 合同的终止条件

合同终止条件包括：

合同期限届满；

合同解除；

合同履行完毕。

9.4 合同的终止日期

合同终止日期为合同期限届满之日或合同解除、履行完毕之日。

第十条 合同附件

10.1 附件名称

附件一：广告宣传与推广方案

附件二：付款计划表

附件三：保密协议

10.2 附件内容

附件一详细列明了广告宣传与推广的具体方案。

附件二明确了付款的具体计划和时间节点。

附件三规定了双方在合同执行过程中的保密义务。

10.3 附件与主合同的关系

附件是合同不可分割的组成部分，与本合同具有同等法律效力。

第十一条 合同的修订与补充

11.1 合同修订与补充的原则

合同的修订与补充应遵循公平、合理、合法的原则。

11.2 合同修订与补充的程序

合同的修订与补充应经双方协商一致，并以书面形式作出。

11.3 合同修订与补充的生效

修订与补充的合同条款自双方签字盖章之日起生效。

第十二条 合同的履行与监督

12.1 合同履行的原则

合同的履行应遵循诚实信用原则，确保合同的全面履行。

12.2 合同履行的监督方式

双方应定期沟通，监督合同的履行情况。

12.3 合同履行中产生的问题处理

合同履行中出现的问题，双方应友好协商解决。

第十三条 合同的保密与知识产权

13.1 合同保密的内容

本合同涉及的商业秘密、技术秘密等应予以保密。

13.2 知识产权的归属

合同中产生的知识产权归创造方所有，除非双方另有约定。

13.3 知识产权的保护

双方应采取必要措施保护各自的知识产权。

第十四条 合同的其他事项

14.1 合同的解除与终止

合同的解除与终止应严格按照本合同的约定执行。

14.2 合同的修改与补充

合同的修改与补充应按照本合同的约定程序进行。

14.3 合同的解释与争议解决

本合同如有歧义，应按照合同的目的和上下文进行解释。

14.4 合同的生效与终止日期

本合同的生效日期为 2024 年 1 月 1 日，终止日期根据合同期限或提前解除的情况确定。

第二部分：第三方介入后的修正

第一条 第三方的定义

1.1 第三方是指在本合同执行过程中，除甲方和乙方之外的任何自然人、法人或其他组织。

1.2 第三方介入的类型包括但不限于中介方、技术支持方、广告投放平台、法律顾问等。

第二条 第三方介入的引入方式

2.1 第三方介入的引入应经甲方和乙方协商一致，并以书面形式明确第三方的角色、职责和权利。

2.2 甲方或乙方在引入第三方前，应将第三方的相关信息告知对方，包括但不限于第三方的名称、地址、联系方式、资质证明等。

第三条 第三方的权利与义务

3.1 第三方的权利

第三方有权根据合同约定收取服务费用；

第三方有权在合同约定的范围内，独立履行合同规定的职责。

3.2 第三方的义务

第三方应按照合同约定，独立、公正地履行职责；

第三方应保守合同双方的商业秘密；

第三方应遵守国家法律法规和行业规范。

第四条 第三方责任限额

4.1 第三方的责任限额

第三方因自身原因导致合同无法履行或造成损失的，应承担相应的责任；

第三方的责任限额由合同双方在引入第三方时协商确定，并在合同中明确。

4.2 责任限额的调整

在合同执行过程中，如第三方责任限额不足以覆盖可能产生的损失，双方可协商调整责任限额。

第五条 第三方与其他各方的划分说明

5.1 第三方与甲方的关系

第三方与甲方的关系是基于合同约定，第三方对甲方负责。

5.2 第三方与乙方的关系

第三方与乙方的关系是基于合同约定，第三方对乙方负责。

5.3 第三方与合同双方的关系

第三方应同时与合同双方保持沟通，确保合同的顺利执行。

第六条 第三方介入时的额外条款及说明

6.1 第三方介入时的额外条款

第三方介入时，合同双方应签订补充协议，明确第三方的具体职责、权利和义务。

6.2 额外条款的生效

补充协议自双方签字盖章之日起生效，与本合同具有同等法律效力。

第七条 第三方介入后的争议解决

7.1 第三方介入后的争议解决方式

第三方介入后的争议解决方式，仍按本合同的约定执行。

7.2 第三方介入后的争议解决程序

第三方介入后的争议解决程序，仍按本合同的约定执行。

第八条 第三方介入后的合同终止

8.1 第三方介入后的合同终止条件

第三方介入后的合同终止条件，仍按本合同的约定执行。

8.2 第三方介入后的合同终止程序

第三方介入后的合同终止程序，仍按本合同的约定执行。

第九条 第三方介入后的合同附件

9.1 第三方介入后的合同附件

第三方介入后的合同附件，包括但不限于第三方资质证明、补充协议等。

9.2 第三方介入后的合同附件与主合同的关系

第三方介入后的合同附件，是合同不可分割的组成部分，与本合同具有同等法律效力。

第十条 第三方介入后的合同修订与补充

10.1 第三方介入后的合同修订与补充原则

第三方介入后的合同修订与补充原则，仍按本合同的约定执行。

10.2 第三方介入后的合同修订与补充程序

第三方介入后的合同修订与补充程序，仍按本合同的约定执行。

第十一条 第三方介入后的合同履行与监督

11.1 第三方介入后的合同履行原则

第三方介入后的合同履行原则，仍按本合同的约定执行。

11.2 第三方介入后的合同履行监督

第三方介入后的合同履行监督，仍按本合同的约定执行。

第十二条 第三方介入后的合同保密与知识产权

12.1 第三方介入后的合同保密

第三方介入后的合同保密，仍按本合同的约定执行。

12.2 第三方介入后的知识产权

第三方介入后的知识产权，仍按本合同的约定执行。

第十三条 第三方介入后的合同其他事项

13.1 第三方介入后的合同解除与终止

第三方介入后的合同解除与终止，仍按本合同的约定执行。

13.2 第三方介入后的合同修改与补充

第三方介入后的合同修改与补充，仍按本合同的约定执行。

13.3 第三方介入后的合同解释与争议解决

第三方介入后的合同解释与争议解决，仍按本合同的约定执行。

13.4 第三方介入后的合同生效与终止日期

第三方介入后的合同生效与终止日期，仍按本合同的约定执行。

第三部分：其他补充性说明和解释

说明一：附件列表：

1. 附件一：广告宣传与推广方案

详细要求和说明：本附件应包括广告宣传的具体内容、目标受众、推广策略、时间表、预算分配等详细信息，以及预期的效果评估方法。

2. 附件二：付款计划表

详细要求和说明：本附件应列出每一期付款的具体金额、支付时间、支付方式，以及未按时付款的违约责任。

3. 附件三：保密协议

详细要求和说明：本附件应规定合同双方的保密义务，包括保密信息的范围、保密期限、违约责任等。

4. 附件四：第三方资质证明

详细要求和说明：如引入第三方，本附件应包含第三方的营业执照、相关行业资质证明、信用报告等。

5. 附件五：补充协议

详细要求和说明：本附件用于记录合同双方就第三方介入、合同修改、补充条款等事项达成的任何额外协议。

6. 附件六：争议解决文件

详细要求和说明：如发生争议，本附件应包含争议解决过程中产生的所有文件，包括但不限于仲裁裁决、调解协议等。

说明二：违约行为及责任认定：

1. 违约行为：甲方未按时支付广告宣传与推广费用

责任认定标准：甲方未在约定的时间内支付款项，应按照合同约定的违约金比例支付滞纳金。

示例说明：若甲方未按期支付首期款项，应按每日万分之五支付违约金。

2. 违约行为：乙方未按约定完成广告宣传与推广工作

责任认定标准：乙方未在约定时间内完成工作，应承担相应的违约责任，包括但不限于支付违约金、赔偿损失等。

示例说明：若乙方未能在合同约定的期限内完成广告制作，应按每日支付合同总金额的万分之五支付违约金。

3. 违约行为：第三方泄露商业秘密

责任认定标准：第三方泄露商业秘密，应根据泄露信息的严重程度和影响，承担相应的法律责任。

示例说明：若第三方泄露果园的商业秘密，应承担相应的法律责任，包括但不限于赔偿损失、停止侵权行为等。

4. 违约行为：合同一方未履行保密义务

责任认定标准：合同一方违反保密义务，应承担相应的违约责任，包括但不限于支付违约金、赔偿损失等。

示例说明：若合同一方泄露了对方的商业秘密，应按合同约定支付违约金。

5. 违约行为：合同一方未按约定履行合同终止后的义务

责任认定标准：合同一方未按约定履行合同终止后的义务，如退还资料、恢复原状等，应承担相应的违约责任。

示例说明：若合同一方未按约定退还对方提供的资料，应承担

相应的违约责任。

全文完。

2024 年度果园广告宣传与推广合同 1

本合同目录一览

1. 广告宣传与推广目标

1.1 广告宣传内容

1.2 推广活动形式

1.3 宣传渠道

2. 广告宣传与推广期限

2.1 起始时间

2.2 结束时间

3. 广告费用及支付方式

3.1 广告费用总额

3.2 分期支付方式

3.3 支付时间及期限

4. 广告内容创作及设计

4.1 广告文案

4.2 广告图片及视频

4.3 设计风格及要求

5. 广告发布及投放
 - 5.1 发布平台及渠道
 - 5.2 投放时间及频率
 - 5.3 投放区域及目标受众
6. 推广活动策划与执行
 - 6.1 活动主题及内容
 - 6.2 活动时间及地点
 - 6.3 活动参与人员及分工
7. 广告效果监测与分析
 - 7.1 监测指标
 - 7.2 数据收集与分析
 - 7.3 效果评估及改进建议
8. 版权及知识产权
 - 8.1 广告内容版权归属
 - 8.2 版权使用及许可
 - 8.3 知识产权保护
9. 违约责任及赔偿
 - 9.1 违约情形

- 9.2 违约责任承担
- 9.3 赔偿标准及方式
- 10. 合同解除与终止
 - 10.1 解除合同情形
 - 10.2 解除合同程序
 - 10.3 合同终止后的处理
- 11. 争议解决
 - 11.1 争议解决方式
 - 11.2 争议解决机构
 - 11.3 争议解决期限
- 12. 合同生效及修改
 - 12.1 合同生效条件
 - 12.2 合同修改程序
 - 12.3 修改后的合同效力
- 13. 通知及送达
 - 13.1 通知方式
 - 13.2 送达地址
 - 13.3 送达方式

14. 其他约定事项

14.1 保密条款

14.2 不可抗力

14.3 合同附件

第一部分：合同如下：

1. 广告宣传与推广目标

1.1 广告宣传内容

本合同约定的广告宣传内容主要包括：果园概况、产品特点、种植环境、采摘体验、品牌故事等。

1.2 推广活动形式

推广活动形式包括但不限于：线上社交媒体宣传、线下活动推广、户外广告投放、电商平台合作等。

1.3 宣传渠道

宣传渠道包括但不限于：公众号、微博、抖音、快手、今日头条、各大电商平台、户外广告牌、交通工具广告等。

2. 广告宣传与推广期限

2.1 起始时间

本合同约定的广告宣传与推广期限自 2024 年 1 月 1 日起至 2024 年 12 月 31 日止。

2.2 结束时间

本合同约定的广告宣传与推广期限结束时间为 2024 年 12 月 31 日。

3. 广告费用及支付方式

3.1 广告费用总额

本合同约定的广告费用总额为人民币万元整。

3.2 分期支付方式

广告费用分两期支付，首期支付人民币万元，于合同签订后 X 个工作日内支付；第二期支付人民币万元，于广告宣传与推广期限结束后的 X 个工作日内支付。

3.3 支付时间及期限

支付时间及期限按照上述分期支付方式执行。

4. 广告内容创作及设计

4.1 广告文案

广告文案需体现果园特色，突出产品优势，语言生动形象，富有吸引力。

4.2 广告图片及视频

广告图片及视频需清晰、美观，符合广告宣传主题，体现果园风貌。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如
要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/026034012005011021>