# 2024年商贸城营销策划合同品牌推广怎么写(三篇)

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2024-06-21

*合同是适应私有制的商品经济的客观要求而出现的，是商品交换在法律上的表现形式。合同是适应私有制的商品经济的客观要求而出现的，是商品交换在法律上的表现形式。合同的格式和要求是什么样的呢？这里我整理了一些优秀的合同范文，希望对大家有所帮助，下面我...*

合同是适应私有制的商品经济的客观要求而出现的，是商品交换在法律上的表现形式。合同是适应私有制的商品经济的客观要求而出现的，是商品交换在法律上的表现形式。合同的格式和要求是什么样的呢？这里我整理了一些优秀的合同范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

**商贸城营销策划合同品牌推广怎么写篇一**

地址：

联系电话：

乙方：

地址：

联系电话：

根据《中华人民共和国合同法》，经甲、乙双方友好协商，在自愿、平等、公平和诚实信用等原则的基础上，就甲方委托乙方进行“ 商务信息咨询”事宜达成一致意见，兹订立本合同，以资共同信守。

一、项目内容：

甲方委托乙方进行特渠店内推广促销活动(以下简称：店销活动)。活动渠道分别为南京的各大超市。活动形式为同时在店内开展推广、售卖。

二、项目执行时间和场次

1、执行日期： 年 月 日~ 年 月 日。

2、执行时间：每场次活动时间为 ;以上为参考时间，具体活动时间根据门店人流量及营业时间调整，每场工作时间为8小时。

3、执行场次：每店每周做6场，每周周一为促销员休息时间，做满一个月;乙方按照甲方确认的门店、场次安排活动的执行。甲方有权调整活动门店及场次的安排， 具体门店及场次以甲方确认为准。

三、乙方为甲方提供的服务及职责：

1、在乙方负责的活动执行中，将：

1)负责进行活动的商超的联络、勘察和卖进。

2)根据两方确认的活动策划方案进行现场的安排。

3)负责在活动城市招聘、培训、考核活动管理人员、临时促销人员，明确分工和责任，做好培训和现场活动的组织管理工作。所有招聘人员须经甲方面试合格后方可上岗。

4)提前1天办理好所有工作人员的进店的手续。

5)活动执行过程中保证所有参加人群的安全，并承担相应赔偿责任。

2、乙方将在活动执行完毕后呈交甲方活动总结报告及相关文件、影音资料。

3、乙方将负责活动现场所有物料道具、产品、赠品的组织运输、装卸和保管。

4、 策划案版权归甲方所有。乙方不得用于第三方使用或散播。

5、乙方有按约定取得甲方支付所有费用的权利。

三、乙方义务

乙方保证具有符合法律规定的资格签署本合同并提供本合同项下的服务;

1、 乙方保证所提供的服务不违反现行的法律法规，不侵犯任何第三方的合法权益。乙方应采取包括起诉、应诉、上诉以及申诉在内的一切措施保护甲方的利益，

2、 甲方免于因乙方服务而引起的对第三方的侵权责任，由此产生的费用及赔偿责任由乙方独自承担。

3、 乙方负责亲自完成本次店销活动，不得委托任何第三方代为执行此次店销活动，否则相应产生的一切后果由一方自行承担。由此给甲方造成的损失由乙方承担赔偿责任。

4、 乙方应组织相关工作人员按甲方要求的方法及质量完成店销活动。在整个店销活动执行过程中，乙方应对其所聘用工作人员的行为负责。

5、 乙方应与其所聘用工作人员签署劳动合同，乙方与工作人员产生的任何劳动纠纷与甲方无关，乙方自行处理与承担法律责任。因此给甲方造成损失的，乙方还应向甲方承担赔偿责任。

6、 本店销活动相关产品、物资及促销物品一旦由丙方接受，丙方应承担除不可抗力以外的损失风险。

7、 在店销活动期间，乙方及时向甲方报告执行状况，并至少每周提供店销活动执行报告。

8、 在店销活动期间由于不可抗力原因而非乙方责任，导致店销活动停止执行，不可追究其责任，甲方应按合约付清相应执行费用，若因上述原因延长执行则工作时数按实际情况增加并收取相应费用。

9、 乙方于店销活动结束后1周内及时向甲方提供店销活动结案报告。

10、 乙方在店销活动中不得有任何有损甲方形象的行为。

11、在本合同签署后或履行过程中，若甲方发现乙方违反上述保证或不具备保证的资格，有权以书面形式通知乙方解除本合同而不构成违约。在合同解除后，甲方仍保留要求乙方承担损害赔偿责任的权利。

13、乙方在活动执行过程中除甲方原因给第三方人身、财产或其他权益造成损害的，由乙方承担全部责任，并赔偿甲方所遭受的损失。

14、在活动期间，如因为天气等不可抗力发生活动的推迟，则根据甲方需要，对活动进行取消和改期处理。

16、本合同规定的其它乙方权利和义务。

四、甲、乙双方义务：

1、 甲方提供有关此次活动的相关信息以供乙方工作人员培训使用。

2、甲方负责对乙方所提供的活动场地、场次及执行费用确定;

3、甲方有义务准时提供给乙方店销所需质量良好的相关促销物品和产品，从而保证乙方可以准时、顺利开展店销活动。如果由于甲方造成相关促销物品交付时间延误，则整个店销活动时间相应顺延，而互不承担违约责任。

4、店销活动执行中，甲方有权停止或变更乙方的全部或部分相关工作，并以书面形式通知丙方。如因此增加店销活动费用，或造成乙方损失，双方应进行协商。甲方将给予乙方协商确认后的补偿。

5、甲方有权督促乙方完成合同中规定的工作。

7、甲方保证授予活动使用的与甲方有关的各项称号和标识符合相关部门规定，同时不构成对第三方的侵权。

8、活动期间，甲方责不定期抽查监督丙方的活动执行，并根据双方约定标准给予乙方的执行效果进行评价打分和做出改进建议。

9、在乙方履行本协议义务后，甲方应按约定及时支付款项。

10、项目执行中，如甲方需变更相关活动内容(如：更换店面)须以书面形式于2天前通知乙方，如产生相关费用，需双方协商同意后确认。

11、本合同规定的其它甲、乙双方权利和义务。

五、活动的质量或规格标准

1、乙方将按照双方确认之甲方书面要求按时完成所承诺项目。活动执行过程中甲方有权对活动方案进行调整。如因此增加(或减少)的费用，由甲、乙方协调确认。

2、项目具体执行前，细案等内容需由甲、乙方确认，乙方不得依据甲方的确认对抗甲方，但甲方需对未能签订补充协议的调整部分负责。甲方可根据需要调整时间安排，但需提前通知乙方，乙方按照甲方最终确认细案按时完成。

3、活动执行期间，乙方按照与甲方约定的要求每周向甲方提交每场活动的执行评估和相关照片/影像证明。如因乙方原因未及时提交相关资料，甲方以考核未达标向乙方追偿违约金。

六、 合同价款及支付

1、活动费用总金额:以双方确认的《活动报价单》为准。甲方向乙方支付的费用包括以下几种：

a)略

b)略

c)略

d) 工作人员工资及之活动执行管理费用。 物资运输费。 服务费。 税金。

如在活动执行过程中,因活动需要而发生本合同计划之外的费用,乙方应提前向甲方说明,并经甲方确认后,方可执行。

2、执行费结算方式：

执行费结算方式：乙方在活动结束一周内向甲方提供活动验收报告和相关证明及发票。乙方提供费用发票给甲方，甲方将乙方设定为回款客户，乙方提供活动相关核销资料给家方，经甲方审核资料后，甲方将活动费用汇款或(转账支票)至乙方账户。

七、违约责任

1、任何一方违反本合同的约定即构成该方违反本合同的事实;该方应向非违约方承担违约责任，补偿非违约方因而实际及可能承受或遭致的所有损失、责任、赔偿金或费用(包括但不限于合理的法律顾问费，法律顾问费应为符合国家规定的律师代理费。仅指诉讼、仲裁)。本合同关于违约责任的条款是累加的，不应互相排斥。

2、如由于乙方的职员或其代理商的工作疏忽、错误而造成与甲方书面提出的工作目标不符的问题，乙方将提供无偿修改服务，直至符合甲方要求为止，增加工作量，甲方不负担任何费用。

3 、因乙方自身原因导致不能按本合同规定的或双方约定的进度完成某个项目，每延迟一日，按照合同总金额1‰向甲方支付违约金;超过十个工作日未完成的，甲方有权利终止合同执行，并有权要求乙方支付合同金额10%之违约金。

4、甲方修改活动内容需得到双方确定，如在时间，费用条件超出合同约定的时间，任意修改活动内容或延误活动开展，责任由甲方承担。

5、在合同履行中，乙方不得为与甲方及甲方关联公司处于竞争关系的企业提供任何服务，如乙方违反本项规定，甲方应书面通知乙方，如乙方在接到甲方书面通知后七日内仍未改正，甲方有权解除合同，乙方应向甲方支付合同金额的30%作为违约金。

6、乙方不得将该活动方案的相关信息向无关之第三方泄露。若有违约，乙方需向甲方支付合同金额的30%作为违约金。

八、免责条款

如因不可抗力因素致使丙方不能按期完成项目，乙方不负违约责任，但乙方应在合理的时间内向甲方报告所发生的不可抗力并由甲方当地相关负责人提供相关证明文件，否则，乙方的不可抗力的因素不能排除。

甲方可根据该不可抗力的严重程度做出如下选择：

a. 顺延“活动”的完成期限，并于顺延期间内随时终止本合同，并对乙方就活动中已产生的费用协商后作出补偿。双方按照实际发生的费用在合同终止之日起的30日内结清所有款项。

b. 立即终止本合同，并与乙方就活动中已产生的费用协商后作出补偿。双方按照实际发生的费用在合同终止之日起的30日内结清所有款项。

九、提前终止

1. 如甲方根据需要提前终止活动，提前告诉乙方，应经双方认可后，双方按照实际发生的费用在合同 终止之日起的30日内结清所有款项，费用计算方法按照附件中《活动报价单》计算，任何一方未经对方认可，均无权单方终止本合同。

十、法律的适用及争议的解决

本合同的解释和执行适用中华人民共和国法律，双方在履行本合同中出现的争议首先通过友好协商的方式解决，协商不成时，向甲方所在地人民法院提起诉讼。

十一、签字及生效

本合同一式两份，双方各执一份，经双方授权代表签字、盖章之日起生效。本合同复印件及合同附件具同等法律效力。

十二、本合同包括以下附件：

1. 《活动报价单》

2. 《活动执行手册》

双方正式授权代表签署本合同：

地址：

公司授权代表签字(盖章)：

乙方：

地址：

公司授权代表签字(盖章)：

**商贸城营销策划合同品牌推广怎么写篇二**

编号：\_\_\_\_房中介()字[]第()号

甲方(委托方)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

营业执照注册号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_联系电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方(受托方)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

营业执照注册号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_资质等级及证号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_联系电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲方为促进商品房的销售，委托乙方对甲方所开发的项目进行独家营销策划和销售代理，双方在平等互利的基础上，就委托代理之有关事宜达成如下合同条款：

第一条委托代理主要事项(选项打“√”)

□全程代理□市场调研□营销策划□代理销售

第二条委托代理项目的位置、面积

1.代理项目座落位置：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.代理项目总面积约为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_平方米。

(详见甲方提供的测绘面积表，附件一)

第三条销售价格

1.销售面积按套内建筑面积计算;

2.合同所约定的销售房屋价格均价为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;乙方应按照与甲方所商定并经甲方签章认可的售楼价格(各房屋具体销售底价表、付款方式、折扣及本合同其他约定条款等)进行销售(详见附件二);

3.在实际销售中，如属溢价方式销售，在溢价范围内乙方有权折扣优惠，无需经甲方同意;如属甲方定价销售，乙方无权折扣优惠，经甲方书面同意后，方可执行折扣优惠。

第四条甲方权利与义务

1.提供有效的营业执照和开发资质证书复印件;

2.提供该项目的土地使用权证(复印件)、商品房销售证书或预售许可证(复印件)及施工图、分层平面图、面积测绘报告、户型图以及施工进度计划、项目材设及配置表等资料;

3.保证工程质量、工程进度、综合验收时间及交房时间(详见附件三)，项目在修建过程中，若发生设计变更，应当及时书面通知乙方;

4.按双方协商确定的计划，承担销售广告宣传费用以及相关资料制作费用(详见附件四“广告宣传推广计划”);

5.派出专人配合销售，负责审定售房合同、收款，办理售房合同登记、银行按揭与房屋产权、国土等手续，落实购房人的合理要求等工作;

6.提供《重庆市商品房(买卖)合同》范本;

7.对委托销售面积内的房屋进行抵押、典当、按揭、抵债、拆迁还房、司法冻结、行政限制和自售的情况必须书面告知乙方;并保证提供的房源产权合法、有效;

8.提供装修好的售房部、配备售楼电话、必要的办公用品和购房直通车，承担售房部房租、水、电、电话等办公易耗品及车辆使用等费用;

9.可以定期检查、督导乙方工作。

并指派专人负责房屋买卖合同的签章;

10.作好本合同的保密工作，防止对销售造成不利影响;

11.负责按时支付乙方佣金及策划费;

12.约定承担的其它费用：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

第五条乙方权利与义务

1.乙方必须提供营业执照和房地产中介服务资质证书复印件;

2.本合同签署后\_\_\_\_\_\_\_天内向甲方提交市场调查报告、营销策划案及营销实施计划给甲方审定，在甲方基本具备销售条件后，经甲方同意，在\_\_\_\_\_\_\_天内展开销售实际运作;

3.切实完成向甲方承诺的销售计划(详见附件五)，严格执行销售价格及付款方式(详见附件六付款方式)。

特殊情况须经甲方书面同意;

4.不得以甲方的名义进行本合同约定之外的业务;

5.不得超出甲方认可的宣传资料范围进行宣传和推广;

6.未经甲方同意，不得代收任何售房款项，如遇特殊情况乙方代收客户房款，需在24小时内交付甲方，其它约定除外;

7.根据销售需要及市场需求，在双方确定的销售底价基础上，溢价或涨价的幅度应报甲方书面批准后方可执行;

8.协助甲方与购房人签订商品房买卖合同。

本合同约定销售范围内的房屋，所有销售均视为乙方完成;

9.乙方有权拒绝任何形式的虚假按揭融资;

10.乙方应当为甲方保守相关商业机密;

11.乙方在经营活动中，应当自觉维护和提升甲方企业形象;

12.约定承担的其它费用：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

第六条

本项目广告宣传和活动推广费用(包括报刊、电视广告、印制宣传材料、售楼书、制作沙盘、展销会等)，由甲方根据推广计划按以下项支付。

1.广告推广费用分别直接支付给新闻宣传单位和制作单位;

2.支付给乙方，由乙方负责支付。

第七条策划费及结算方式

前期市场调查、项目定位调研和项目营销策划费为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元(大写)(￥\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元)，本合同签定时甲方预付\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元给乙方，余款甲方在乙方提交正式报告文本\_\_\_\_\_\_\_日内一次性付清。

若甲方对正式报告文本有异议，需在二日内提出整改意见，乙方必须在\_\_\_\_\_\_\_日内整改完成，提交甲方，甲方二日内未提出异议，视为认可。

第八条代理销售佣金按以下项方式计算

1.佣金=底价佣金+溢价奖励

其中：底价佣金=底价销售合同总金额×\_\_\_\_\_\_\_%

溢价奖励=(销售价-底价)×销售面积×\_\_\_\_\_\_\_%

2.佣金=(销售价-底价)×销售面积

3.佣金=销售合同实际金额的\_\_\_\_\_\_\_%

4.其他方式\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

第九条代理销售佣金结算方式

1.当甲方收到所签售房合同首期房款时，视乙方代理成功，甲方应按售房合同成交总额，依照本合同第八条分别计算佣金;

2.当甲方收到首期房款后即应按时结算佣金给予乙方，结算日为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，甲方在结算当日可用转帐或现金方式支付乙方，乙方提交收款票据。

第十条甲方违约责任

1.若购房人购买的该项目房产的实际情况与甲方提供的材料不符或产权不清，规划设计变更或销售面积变化，以及因工期、交房期、质量、银行按揭、典当抵押等问题产生的纠纷，均由甲方负责;

2.甲方如不按合同规定的期限向乙方支付佣金，则每超过一天按应付佣金的\_\_\_\_\_\_\_%向乙方支付滞纳金;若佣金支付时间超过三个月，视甲方违约，违约金为\_\_\_\_\_\_\_万元。

乙方有权解除合同，并由甲方完全承担违约责任;

3.如甲方认可的销售费用开支不能及时到位，由此造成销售工作的停顿，后果由甲方承担;

4.开盘时间定为\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日，若因甲方原因导致该项目不能按时开盘而引起的乙方前期准备工作顺延，顺延时间不超过\_\_\_\_\_\_\_\_\_天，否则甲方应支付乙方前期工作准备金\_\_\_\_\_\_\_万元整，并且乙方有权终止本合同。

第十一条乙方违约责任

1.乙方不得以甲方的名义从事本合同规定的销售活动之外的任何商业活动，也不得以虚假夸大之词欺骗购房人，只能在甲方编制的书面宣传资料和允许的范围内对购房人进行宣传，否则造成的社会不良影响及甲方、第三方的损失由乙方承担;

2.乙方不得私收房款及预订款，乙方有任何未经甲方同意私收房款、预订款以及其它挪用行为，视为违约，甲方有权立即终止乙方承销权，并追究其法律责任;

3.乙方如不能按双方约定时间完成策划工作进行销售，视乙方违约，违约金为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元。

甲方有权解除合同;

4.乙方若无故终止合同给甲方造成经济损失，则乙方需向甲方赔偿经济损失\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元人民币。

第十二条本合同执行期间，在合同约定的代理销售范围内，甲方不得任意售房;如甲方有购房客户，须交乙方进行办理，售出房屋仍计入乙方销售总额中，并按合同约定结算佣金给乙方，如甲方用委托乙方销售的房屋进行抵债、抵偿、抵押、置换等，则视同为乙方销售，甲方按本合同约定支付乙方佣金。

第十三条正式销售时间为办好预售许可证时双方协商计算，三个月之内乙方销售房屋面积少于计划任务的%或销售额少于\_\_\_\_\_\_\_万元，甲方有权解除本合同，但需结清乙方应得佣金;否则乙方有权销售至合同期满止，甲方不得停止乙方承销权。

第十四条退房处理方式

1.甲方责任：乙方执行退房指令，所退之房屋乙方继续销售，乙方已收之佣金不再退还甲方，乙方再售该房屋，甲方仍需支付佣金;

2.乙方责任：由于乙方的责任造成的退房，甲方有权扣除乙方的佣金，造成甲方损失的由乙方承担赔偿责任。

第十五条若乙方无有效合法的营业执照、资质证书以及超范围的受托代理，给甲方造成的损失和不良影响，均由乙方承担经济责任和法律责任。

第十六条本合同期未满而中途终止时，在一年内甲方不得聘用未经乙方许可的任何原聘用人员。

因甲方违约给乙方造成经济损失的，甲方必须赔偿。

第十七条合同期限

\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日。

在合同有效期内，任何一方不得随意单方面终止本合同，本合同期满前60天，若甲方未提出反对意见，本合同代理期自动延长60天。

第十八条其他约定：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

第十九条甲、乙双方在履行本合同过程中发生争议，由甲、乙双方协商解决，协商不成的，按本合同约定的下列方法之一，进行解决(选项打“√”)：

1.向\_\_\_\_\_\_\_仲裁委员会申请仲裁()

2.向\_\_\_\_\_\_\_人民法院提起诉讼()

第二十条本合同一式三份，甲、乙双方各执一份，办证机构登记备案一份，双方签字盖章即刻生效。

甲方(盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方(盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

注册房地产经纪人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

委托代理人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_房地产经纪人协理：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签约地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_签约时间：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_市国土资源和房屋管理局印制

\_\_\_\_市工商行政管理局监制

**商贸城营销策划合同品牌推广怎么写篇三**

甲 方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙 方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲方委托乙方负责 商贸城项目的营销策划设计、楼盘销售指导、招商指导、商业运营、物业管理顾问的策划咨询工作。双方在平等互利的基础上，经友好协商达成以下协议：

-、项目情况

项目名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

面 积：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

项目地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

项目类型：商业房地产商铺销售

合作方式：销售策划

二、 甲方的权利和义务

1、 甲方作为本项目的开发商，有权决定项目经营的大政方针。

2、 甲方有义务向乙方提供本项目有关的各种资料。

3、 甲方有义务按照合同规定及时支付乙方的各种费用及提成。

4、甲方在整个项目工作进行中，有责任按照既定的方案要求，认真组织实施具体各项工作，使乙方的方案得以充分的发挥。

5、 甲方承担各种媒体发布的费用和活动实施费用，整体的广告宣传投入不低于 万元(人民币)。

6、 甲方需要向乙方提供办公场所、办公设备、办公用品、话费补助。

7、 乙方派出人员在甲方项目地( )执行工作期间食宿及生活配套设施费用由甲方全权负责(可与甲方员工相同)。

三、乙方的权利和义务

1、 乙方为甲方项目开展营销策划、商业运营管理工作。

2、 在合同期间，乙方派出的人员负责营销策划设计、楼盘销售指导、招商指导、商业运营、物业管理顾问咨询等工作。

3、 乙方在甲方预付款到帐15个工作日内提供项目的工作计划书、策略执行案和部分广告案大纲。

4、 乙方有权在市场变化中经与甲方协商认可后，不断修正工作方案，以达到最佳的工作效果。

5、 如果甲方不能按照合同规定付款，乙方有权利停止工作。

6、 乙方在工作方案得到确定后，负责具体指导、监督和实施各项工作。

7、 乙方人员应参与当担相关部门的主要负责人。

四、乙方的主要工作内容

1、 方案的策略研究与设计工作

a. 关于项目所在市场的定量、定性研究与分析

b. 营销策略拟定及项目概念的设计与开发(概念包装)

c. 营销广告策略的拟定

2、 前期方案策略设计、实施工作

a. 营销推广策略、阶段性销售策略及具体营销工作中的执行方案。

b. 招商策略及政策的制定、商业业态的规划设计、根据业态规划设计针对性的招商。

c. 销售文本的拟定，包括楼书、宣传单页、宣传手册、认购书、售楼程序说明书、价格表等各种售楼所需的文本资料(以上工作在具体执行中完成)

d. 项目地的包装设计，包括施工现场、售楼部、招商部等对外视觉形象的设计工作(以上工作在具体执行中完成)

3、 中期方案策略修改、补充、实施工作

a. 细化具体营销工作中的执行方案，根据前阶段的反馈及时修正营销策略。

b. 招商策略及政策的修正、补充，持续的补充招商。

c. 宣传广告战术的实施，各种媒体的投放，企业活动的策划推广，企业形象的塑造，品牌的打造及延伸。(以上工作在具体执行中完成)

4、 开业前期方案策略完善、实施工作，商业运营管理工作的开展，物业管理的介入

a. 后期的尾盘的营销策略。

b. 招商策略的完善，引导商户入场及签定各项经营合同。

c. 市场的整体包装方案，商业氛围的营造。

d. 商业管理工作的开展，“亲商扶商”的具体工作，商业管理模式的拟定，租赁管理模块的建立。

e. 物业管理的前期介入，物业管理模块的建立。

f. 企业机构，组织框架的形成，员工培训，文件汇编，档案建立。

g. 企业形象的塑造，品牌的打造及延伸。

h. 企业文化的建立，经营活动的宣导，商户活动的开展。

五、费用的估算及销售提成付款方式

1、 前期调研、营销、策划方案的设计、宣传设计、媒体执行、活动的组织实施、市场整体包装、商业氛围营造费用为 万元整，

a. 合同签定3日内支付全款的 %后，(即人民币 万元)派出人员做详尽的调研工作。

b. 在15个工作日方案设计完成后，一次性支付剩余款项。(即人民币 万元)

c. 在方案执行期逐步完成项目全部的宣传设计、媒体执行、活动的组织实施、市场整体包装设计、商业氛围的设计。

2、 销售提成办法：

a. 商铺合同销售金额 万元人民币以内(含 万元)，乙方提成为 %。

b. 商铺合同销售金额 万元- 万元人民币(含 万元)，乙方提成为 %。

c. 商铺合同销售金额 万元- 万元人民币(含 万元)，乙方提成为 %。

d. 商铺合同销售金额 万元人民币以上，乙方提成为 %。

e. 合同销售金额累计每达到 万元提成一次，甲方按合同约定办法结算(达到合同规定金额4日内完成结算)后3天内付清乙方销售提成款。

3、 招商指导、商业运营、物业管理咨询提成办法：

a. 招入商户所缴纳的租金(或相当于租金的费用)的10%归乙方所有。

b. 累计招入商户签约并缴纳保证金达到 套商铺位提成一次，甲方按合同约定办法结算(达到合同规定金额4日内完成结算)后3日内付清乙方招商提成。

c. 商业运营、物业管理咨询进入时间为商铺交房前两个月工作3个月至开业前结束。(定于进入时间为\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日)

d. 商业运营、物业管理咨询按月收取费用，每月为 万元。

e. 商业运营、物业管理人员进入时间前应提前支付一月费用。

f. 以后为每完成当月工作支付当月费用。

六、乙方保证不泄漏甲方商业机密：包括

1、 政府及各有关部门针对商贸城的各类合同、纪要、批复等所有文件。

2、 乙方为甲方本项目所做的全程营销策划方案、招商方案、运营方案、物业管理及相关具体执行方案、工作内容。

3、 甲方涉及本项目的运作情况和相关数据。

4、 如以后乙方在对外宣传中以本项目为案例进行书面宣传，必须征得甲方书面同意。

七、乙方保证不在 范围内涉及其他房地产项目或业务。

八、本合同自加意双方签字盖章之日起生效至\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日。合同失效后，不影响提成办法的提成。

九、若有未尽事宜，双方另行商定。

十、双方产生争执可协商解决，协商解决不成，可由当地法院裁决。

十一、本合同一式四份，双方各执两份，具有同等效力。

甲 方(盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 乙 方(盖章):\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

时 间：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 时 间：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找