



20XX

专业合同封面

COUNTRACT COVER

甲方：XXX

乙方：XXX

P E R S O N A L

二零二四年度鱼品电商平台广告投放合同范 本优选 2

本合同目录一览

1. 合同双方基本信息

1.1 投放方信息

1.1.1 投放方名称

1.1.2 投放方地址

1.1.3 投放方联系方式

1.2 接收方信息

1.2.1 接收方名称

1.2.2 接收方地址

1.2.3 接收方联系方式

2. 广告投放范围及内容

2.1 广告投放平台

2.2 广告投放时间

2.3 广告投放内容

2.4 广告投放形式

3. 广告投放费用及支付方式

3.1 广告投放费用总额

3.2 广告投放费用支付方式

3.3 付款时间节点

3.4 付款凭证要求

4. 广告投放效果评估

4.1 效果评估指标

4.2 效果评估时间

4.3 效果评估方式

4.4 效果评估结果应用

5. 广告投放期限

5.1 合同生效时间

5.2 合同终止时间

5.3 合同续签

6. 广告投放内容审核

6.1 审核标准

6.2 审核流程

6.3 审核时间

6.4 审核结果

7. 广告投放权益保障

7.1 投放方权益

7.2 接收方权益

7.3 权益纠纷解决

8. 违约责任及赔偿

8.1 违约情形

8.2 违约责任

8.3 赔偿方式

8.4 赔偿金额

9. 保密条款

9.1 保密内容

9.2 保密期限

9.3 违约责任

10. 合同解除与终止

10.1 合同解除条件

10.2 合同终止条件

10.3 解除或终止程序

10.4 解除或终止后的处理

11. 合同争议解决

11.1 争议解决方式

11.2 争议解决机构

11.3 争议解决程序

12. 合同生效与修改

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. 其他约定事项

13.1 法律适用

13.2 合同份数

13.3 合同生效日期

14. 合同附件

14.1 附件一：广告投放明细表

14.2 附件二：广告投放效果评估报告

14.3 附件三：其他相关文件

第一部分：合同如下：

1. 合同双方基本信息

1.1 投放方信息

1.1.1 投放方名称：鱼品有限公司

1.1.2 投放方地址：省市区路号

1.2 接收方信息

1.2.1 接收方名称：鱼品电商平台

1.2.2 接收方地址：省市区路号

2. 广告投放范围及内容

2.1 广告投放平台：鱼品电商平台官方网站及移动端应用

2.2 广告投放时间：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日

2.3 广告投放内容：以鱼品有限公司的产品图片、文字描述及促销信息为主

2.4 广告投放形式：横幅广告、推广、产品详情页展示等

3. 广告投放费用及支付方式

3.1 广告投放费用总额：人民币 100 万元整

3.2 广告投放费用支付方式：分三次支付，首期支付 30 万元，中期支付 30 万元，尾期支付 40 万元

3.3

付款时间节点: 首期支付于合同签订后 15 日内, 中期支付于 2024 年 6 月 30 日前, 尾期支付于 2024 年 12 月 31 日前

3.4 付款凭证要求: 每次支付后, 双方应互相提供相应的银行汇款凭证

4. 广告投放效果评估

4.1 效果评估指标: 率、转化率、销售额

4.2 效果评估时间: 每月第一个工作日

4.3 效果评估方式: 由鱼品有限公司提供相关数据, 鱼品电商平台进行数据分析

4.4 效果评估结果应用: 根据评估结果, 双方共同协商调整广告投放策略

5. 广告投放期限

5.1 合同生效时间: 自双方签字盖章之日起生效

5.2 合同终止时间: 合同期限届满或双方协商一致解除合同

5.3 合同续签: 如需续签, 双方应提前一个月协商并签订续签协议

6. 广告投放内容审核

6.1 审核标准: 符合国家法律法规、平台规则及投放方产品特性

6.2 审核流程: 投放方提交广告内容, 鱼品电商平台进行审核, 审

核通过后进行投放

6.3 审核时间：自收到广告内容之日起 2 个工作日内

6.4 审核结果：审核通过，广告内容即可投放；审核未通过，投放方需修改后重新提交

7. 广告投放权益保障

7.1 投放方权益：享有在鱼品电商平台进行广告投放的权益，广告内容符合审核标准

7.2 接收方权益：享有对广告投放内容进行审核的权利，确保广告内容符合平台规则

7.3 权益纠纷解决：如发生权益纠纷，双方应友好协商解决；协商不成，可提交仲裁或诉讼途径解决

8. 违约责任及赔偿

8.1 违约情形

8.1.1 投放方未按时支付广告费用

8.1.2 接收方未按时审核广告内容

8.1.3 广告内容违反国家法律法规或平台规则

8.2 违约责任

8.2.1 投放方未按时支付广告费用，应向接收方支付违约金，违约金为未支付金额的 1%每日

8.2.2 接收方未按时审核广告内容，应向投放方支付违约金，违约金为未审核金额的 0.5%每日

8.2.3 广告内容违反国家法律法规或平台规则，投放方应立即停止投放并承担相应责任

8.3 赔偿方式

8.3.1 因投放方违约造成接收方损失的，投放方应全额赔偿

8.3.2 因接收方违约造成投放方损失的，接收方应全额赔偿

8.3.3 赔偿金额应以实际损失为依据，双方协商确定

9. 保密条款

9.1 保密内容

9.1.1 双方在合同履行过程中知悉的对方商业秘密

9.1.2 广告投放的相关策略、数据等非公开信息

9.2 保密期限

9.2.1 保密期限自合同签订之日起至合同终止后 3 年

9.3 违约责任

9.3.1 如一方违反保密义务，应承担相应的法律责任，包括但不限于赔偿对方因此遭受的损失

10. 合同解除与终止

10.1 合同解除条件

10.1.1 双方协商一致解除合同

10.1.2 一方违约，另一方有权解除合同

10.2 合同终止条件

10.2.1 合同期限届满

10.2.2 双方协商一致终止合同

10.3 解除或终止程序

10.3.1 双方应以书面形式提出解除或终止合同的通知

10.3.2 收到通知的一方应在收到后 3 日内予以确认

10.4 解除或终止后的处理

10.4.1 双方应按照合同约定处理剩余的广告投放费用和效果评估

事宜

10.4.2 双方应相互归还或销毁涉及对方商业秘密的文件和资料

11. 合同争议解决

11.1 争议解决方式

11.1.1 双方应友好协商解决争议

11.1.2 协商不成，提交省市仲裁委员会仲裁

11.2 争议解决机构

11.2.1 省市仲裁委员会

11.3 争议解决程序

11.3.1 双方应在收到仲裁通知之日起 15 日内提交仲裁申请

11.3.2 仲裁委员会应在受理仲裁申请之日起 3 个月内作出仲裁裁

决

12. 合同生效与修改

12.1 合同生效条件

12.1.1 双方签字盖章

12.1.2 合同经省市市场监督管理局备案

12.2 合同修改程序

12.2.1 双方应以书面形式提出修改建议

12.2.2 经双方协商一致后，签订补充协议，作为原合同的组成部分

12.3 修改后的合同效力

12.3.1 修改后的合同具有同等法律效力，自双方签字盖章之日起生

效

13. 其他约定事项

13.1 法律适用

13.1.1 本合同适用中华人民共和国法律

13.2 合同份数

13.2.1 本合同一式两份，双方各执一份

13.3 合同生效日期

13.3.1 本合同自双方签字盖章之日起生效

14. 合同附件

14.1 附件一：广告投放明细表

14.2 附件二：广告投放效果评估报告

14.3 附件三：其他相关文件

第二部分：第三方介入后的修正

15. 第三方介入条款

15.1 第三方概念

15.1.1 第三方是指在合同履行过程中，由甲乙双方共同认可的，提供专业服务或协助的独立第三方机构或个人。

15.1.2 第三方不包括合同双方及其关联公司、员工或代理人。

15.2 第三方责任限额

15.2.1 第三方在履行合同过程中，因自身原因导致合同未能履行或造成损失的，其责任限额由甲乙双方在合同中约定，并应在合同中明确列明。

15.2.2 第三方责任限额应根据第三方的专业能力和服务内容合理设定，并确保在合同履行过程中能够有效保障甲乙双方的利益。

15.3 第三方介入程序

15.3.1 甲乙双方在合同履行过程中，如需第三方介入，应提前书面通知对方，并说明第三方介入的原因、目的和预期效果。

15.3.2 第三方介入前，甲乙双方应共同与第三方签订书面协议，明确第三方的责任、权利和义务。

15.4 第三方责任划分

15.4.1 第三方在合同履行过程中，其责任仅限于其提供的专业服务或协助范围内。

15.4.2 第三方的责任不涉及甲乙双方之间的合同履行责任，甲乙双方仍需按照合同约定履行各自的义务。

15.5 第三方权利义务

15.5.1 第三方有权根据甲乙双方的要求，提供专业意见、建议或服务。

15.5.2 第三方有权要求甲乙双方提供必要的协助和配合，包括但不限于提供相关资料、信息等。

15.5.3

第三方有权在合同履行过程中，根据实际情况调整服务内容和方式，但需提前通知甲乙双方并获得同意。

16. 甲乙双方额外条款

16.1 甲方额外条款

16.1.1 甲方应确保第三方提供的专业服务或协助不违反国家法律法规和平台规则。

16.1.2 甲方应监督第三方在合同履行过程中的行为，确保其遵守合同约定。

16.2 乙方额外条款

16.2.1 乙方应配合第三方的工作，并提供必要的协助和配合。

16.2.2 乙方应监督第三方在合同履行过程中的行为，确保其遵守合同约定。

17. 第三方责任限额的明确

17.1.1 第三方因自身原因导致合同未能履行或造成损失的最高赔偿金额。

17.1.2 第三方在合同履行过程中因过失导致损失的最高赔偿金额。

17.1.3 第三方在合同履行过程中因故意或重大过失导致损失的最高赔偿金额。

17.2 第三方责任限额的调整

17.2.1 如有特殊情况需要调整第三方责任限额,甲乙双方应协商一致,并书面修改合同相关条款。

17.2.2 任何第三方责任限额的调整均需在合同中明确记录,并通知所有相关方。

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：广告投放明细表

详细要求：包含广告投放的平台、时间、内容、费用、效果评估指标等信息。

2. 附件二：广告投放效果评估报告

详细要求：包含广告投放的效果评估结果,包括率、转化率、销售额等数据,以及分析报告。

说明：广告投放效果评估报告用于评估广告投放的效果,为后续的广告投放策略调整提供依据。

3. 附件三：合同签订确认函

详细要求：双方签字盖章的合同签订确认函,确认合同已生效。

说明：合同签订确认函是合同生效的书面证明,确保双方对合同内容达成一致。

4. 附件四：第三方介入协议

详细要求：甲乙双方与第三方签订的协议，明确第三方的责任、权利和义务。

说明：第三方介入协议是第三方介入合同履行的重要文件，确保第三方在合同中的角色和责任明确。

5. 附件五：付款凭证

详细要求：每次付款的银行汇款凭证，证明付款已实际发生。

说明：付款凭证是合同履行过程中的重要凭证，用于证明甲乙双方的付款行为。

6. 附件六：违约金支付凭证

详细要求：因违约行为产生的违约金支付凭证，证明违约金已实际支付。

说明：违约金支付凭证是违约责任认定的证明文件，确保违约方承担相应的违约责任。

说明二：违约行为及责任认定：

1. 违约行为：

投放方未按时支付广告费用

接收方未按时审核广告内容

广告内容违反国家法律法规或平台规则

第三方未履行协议约定的责任

2. 责任认定标准：

违约行为发生时，甲乙双方应立即书面通知对方，并提供相关证据。

双方应根据合同约定和实际情况，协商确定违约责任。

如协商不成，可提交仲裁或诉讼途径解决。

3. 违约责任示例说明：

投放方未按时支付广告费用：投放方应向接收方支付违约金，违约金为未支付金额的 1%每日。

接收方未按时审核广告内容：接收方应向投放方支付违约金，违约金为未审核金额的 0.5%每日。

广告内容违反国家法律法规或平台规则：投放方应立即停止投放并承担相应责任，包括但不限于赔偿因违规行为造成的损失。

第三方未履行协议约定的责任：第三方应按照协议约定承担相应的违约责任，包括但不限于赔偿因违约行为造成的损失。

全文完。

二零二四年度鱼品电商平台广告投放合同范本 本优选 21

本合同目录一览

1. 合同签订双方基本信息
 - 1.1 投放方基本信息
 - 1.2 接收方基本信息
2. 广告投放目的与范围
 - 2.1 广告投放目的
 - 2.2 广告投放范围
3. 广告投放内容与形式
 - 3.1 广告内容要求
 - 3.2 广告形式要求
4. 广告投放时间与周期
 - 4.1 广告投放起始时间
 - 4.2 广告投放周期
5. 广告投放费用及支付方式
 - 5.1 广告投放费用
 - 5.2 广告投放费用支付方式

6. 广告投放效果评估

6.1 广告投放效果评估指标

6.2 广告投放效果评估时间

7. 违约责任与处理

7.1 投放方违约责任

7.2 接收方违约责任

7.3 违约责任处理方式

8. 合同解除与终止

8.1 合同解除条件

8.2 合同终止条件

9. 争议解决方式

9.1 争议解决途径

9.2 争议解决方式

10. 合同生效与备案

10.1 合同生效条件

10.2 合同备案要求

11. 合同附件

11.1 广告投放方案

11.2 相关证明文件

12. 合同签订日期

13. 合同份数与保管

13.1 合同份数

13.2 合同保管责任

14. 其他约定事项

第一部分：合同如下：

1. 合同签订双方基本信息

1.1 投放方基本信息

1.1.1 投放方名称：有限公司

1.1.2 投放方法定代表人：

1.1.3 投放方地址：省市区路号

1.2 接收方基本信息

1.2.1 接收方名称：鱼品电商平台

1.2.2 接收方法定代表人：

1.2.3 接收方地址：省市区路号

2. 广告投放目的与范围

2.1 广告投放目的

2.1.1 提高投放方鱼品产品的市场知名度和品牌影响力

2.1.2 扩大投放方鱼品产品的销售渠道和市场份额

2.2 广告投放范围

2.2.1 广告投放平台：鱼品电商平台及其关联平台

2.2.2 广告投放区域：全国范围内

3. 广告投放内容与形式

3.1 广告内容要求

3.1.1 广告内容必须真实、合法，不得含有虚假宣传、误导消费者的信息

3.1.2 广告内容应突出投放方鱼品产品的特色和优势

3.2 广告形式要求

3.2.1 广告形式包括图片、文字、视频等多种形式

3.2.2 广告设计应美观、大方，符合投放方品牌形象

4. 广告投放时间与周期

4.1 广告投放起始时间：2024 年 1 月 1 日

4.2 广告投放周期：2024 年度，自广告投放起始之日起至 2024 年 12 月 31 日止

5. 广告投放费用及支付方式

5.1 广告投放费用：人民币壹拾万元整（¥100,000.00）

5.2 广告投放费用支付方式:

5.2.1 投放方在合同签订后五个工作日内,向接收方支付广告投放费用总额的 50%

5.2.2 广告投放结束后,投放方在十个工作日内支付剩余的广告投放费用

6. 广告投放效果评估

6.1 广告投放效果评估指标:

6.1.1 率、转化率、订单量等关键数据

6.1.2 品牌曝光度和消费者认知度

6.2 广告投放效果评估时间:

6.2.1 每季度末对当季度广告投放效果进行评估

7. 违约责任与处理

7.1 投放方违约责任:

7.1.1 投放方未按时支付广告投放费用的,应向接收方支付滞纳金,滞纳金按每日万分之五计算

7.1.2 投放方提供的广告内容违反法律法规或合同约定的,应承担相应的法律责任

7.2 接收方违约责任:

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/155334113013012040>