20XX

专业合同封面

COUNTRACT COVER

甲 方： XXX

乙 方： XXX

PERSONAL

二零二五年度产品包装广告设计合同

合同编号：_____

一、合同主体

1. 甲方（广告主或产品所有者）：

   名称：_____

   地址：_____

   联系人：_____

   联系电话：_____

2. 乙方（广告设计公司或设计人）：

   名称：_____

   地址：_____

   联系人：_____

   联系电话：_____

3. 其他相关方：

   名称：_____

   地址：_____

   联系人：_____

联系电话：_____

二、合同前言

2.1 背景和目的

本合同旨在明确甲方与乙方在2025年度的产品包装广告设计合作事宜，通过双方共同努力，设计出符合甲方产品定位和市场需求的广告作品，以提升产品知名度和市场竞争力。

2.2 合同依据

本合同依据《中华人民共和国合同法》及相关法律法规，以及双方的协商一致，共同制定本合同。

三、定义与解释

3.1 专业属于

本合同中“产品包装广告设计”指乙方根据甲方的要求，结合甲方产品特性和市场定位，进行的广告设计工作，包括但不限于广告海报、宣传册、包装盒、产品标签等。

3.2 关键词解释

产品：指甲方生产的商品；

包装：指产品在销售过程中所采用的包装形式；

广告：指为推广产品而设计的信息传递活动；

设计：指乙方运用专业知识和技能进行创作的过程。

四、权利与义务

4.1 甲方的权利和义务

（1）甲方有权要求乙方按照约定的时间和标准完成设计任务；

（2）甲方应按时向乙方支付设计费用；

（3）甲方应提供乙方完成设计所需的相关资料和样本；

（4）甲方有权对乙方提交的设计成果进行审阅和提出修改意见；

（5）甲方应保障乙方的设计成果不受侵权。

4.2 乙方的权力和义务

（1）乙方应按照甲方要求，在约定的时间内完成设计任务；

（2）乙方应保证设计成果的质量，符合行业标准和甲方的要求；

（3）乙方在设计过程中应保护甲方商业秘密；

（4）乙方应配合甲方进行必要的沟通和修改；

（5）乙方在完成设计任务后，应向甲方提交设计成果的知识产权。

五、履行条款

5.1 合同履行时间

本合同自双方签字之日起生效，有效期为2025年全年。

5.2 合同履行地点

乙方应在甲方指定的工作地点或通过网络远程方式完成设计任务。

5.3 合同履行方式

乙方根据甲方要求，以设计稿、电子文件等形式提交设计成果，甲方负责对设计成果的打印、制作和分发。

六、合同的生效和终止

6.1 生效条件

本合同经双方签字盖章后生效。

6.2 终止条件

（1）本合同到期；

（2）任何一方违约，经对方书面通知后未在规定期限内纠正；

（3）双方协商一致，决定终止合同。

6.3 终止程序

合同终止时，双方应妥善处理已履行和未履行的义务，并办理合同解除手续。

6.4 终止后果

合同终止后，双方应按照本合同约定，结算双方应得的费用，并相互退还已支付的款项。

七、费用与支付

7.1 费用构成

（1）初步设计费用：根据设计工作量及复杂程度，由双方协商确定；

（2）修改费用：因甲方原因导致的修改，由甲方承担；

（3）版权费用：乙方提供设计作品的版权使用费用；

（4）其他费用：如因特殊要求产生的额外费用，由双方另行协商确定。

7.2 支付方式

（1）签订合同后，甲方应向乙方支付合同总额的 30%作为预付款；

（2）设计作品提交后，甲方应支付剩余的 70%；

（3）如甲方要求增加设计工作量或内容，双方另行协商支付。

7.3 支付时间

（1）预付款应在合同签订后 5 个工作日内支付；

（2）设计作品提交后，甲方应在收到乙方提交的设计作品后 5 个工作日内支付剩余费用。

7.4 支付条款

（1）甲方支付的设计费用应通过银行转账方式进行；

（2）甲方应在支付费用时提供相应的支付凭证；

（3）乙方应在收到支付凭证后 5 个工作日内确认收到款项。

八、违约责任

8.1 甲方违约

（1）甲方未按约定支付费用的，应向乙方支付应付金额的 1%作为违约金；

（2）甲方未按约定提供资料或修改意见的，应承担相应的延误责任。

8.2 乙方违约

（1）乙方未按约定时间完成设计任务的，应向甲方支付应付金额的 1%作为违约金；

（2）乙方未按约定保证设计质量的，应重新设计并承担相关费用。

8.3 赔偿金额和方式

（1）违约金：按上述约定支付；

（2）直接损失：按照实际损失金额支付；

（3）间接损失：由双方协商确定。

九、保密条款

9.1 保密内容

（1）甲方的商业秘密；

（2）乙方的商业秘密；

（3）双方在合作过程中获得的对方商业秘密。

9.2 保密期限

本合同保密期限自合同签订之日起至合同终止后两年。

9.3 保密履行方式

（1）双方应采取合理措施，确保保密内容的保密性；

（2）未经对方同意，不得向任何第三方泄露保密内容；

（3）在保密期限届满后，双方应将保密内容销毁或删除。

十、不可抗力

10.1 不可抗力定义

本合同所指的不可抗力是指因自然灾害、政府行为、社会异常事件等原因，导致合同无法履行或履行困难的情况。

10.2 不可抗力事件

（1）地震、洪水、台风等自然灾害；

（2）战争、暴动、恐怖袭击等社会异常事件；

（3）政府政策调整、法律法规变更等政府行为。

10.3 不可抗力发生时的责任和义务

（1）发生不可抗力事件时，双方应立即通知对方；

（2）在不可抗力事件持续期间，双方应暂停履行合同；

（3）不可抗力事件结束后，双方应尽快恢复正常履行。

10.4 不可抗力实例

（1）地震导致乙方设计工作室受损，无法继续履行设计任务；

（2）政府政策调整导致甲方产品无法正常销售。

十一、争议解决

11.1 协商解决

双方应友好协商解决合同履行过程中产生的争议。

11.2 调解、仲裁或诉讼

如协商不成，任何一方可向合同签订地的人民法院提起诉讼或申请仲裁。

十二、合同的转让

12.1 转让规定

未经对方同意，任何一方不得转让合同的权利和义务。

12.2 不得转让的情形

（1）涉及国家安全、商业秘密等特殊情况的；

（2）合同约定不得转让的；

（3）法律法规禁止转让的。

十三、权利的保留

13.1 权力保留

（1）本合同签订后，乙方保留对设计作品的版权和知识产权；

（2）甲方在使用设计作品时，应遵守乙方关于版权和知识产权的声明。

13.2 特殊权力保留

（1）乙方保留对设计作品的修改权和使用权；

（2）未经乙方同意，甲方不得将设计作品用于与本合同无关的用途。

十四、合同的修改和补充

14.1 修改和补充程序

本合同的修改和补充应采取书面形式，经双方签字盖章后生效。

14.2 修改和补充效力

本合同的修改和补充与本合同具有同等法律效力。

十五、协助与配合

15.1 相互协作事项

双方应相互协助，确保合同顺利履行。

15.2 协作与配合方式

（1）甲方应按照约定提供相关资料和样本；

（2）乙方应按照约定完成设计任务；

（3）双方应定期沟通，及时解决合作过程中出现的问题。

十六、其他条款

16.1 法律适用

本合同适用中华人民共和国法律法规。

16.2 合同的完整性和独立性

本合同构成双方之间关于产品包装广告设计合作的完整协议，任何补充或修改均应以书面形式进行。

16.3 增减条款

本合同如需增减条款，应经双方协商一致，并以书面形式明确约定。

十七、签字、日期、盖章

甲方（盖章）：

日期：_____

乙方（盖章）：

日期：_____

甲方代表（签字）：

日期：_____

乙方代表（签字）：

日期：_____

附件：

1. 设计任务书

2. 设计作品清单

3. 保密协议

4. 其他相关文件

附件及其他说明解释

一、附件列表：

1. 设计任务书

2. 设计作品清单

3. 保密协议

4. 其他相关文件

二、违约行为及认定：

1. 甲方违约行为及认定：

未按约定支付设计费用的，视为违约；

未按约定提供资料或修改意见的，视为违约；

将设计作品用于与本合同无关的用途的，视为违约。

2. 乙方违约行为及认定：

未按约定时间完成设计任务的，视为违约；

未按约定保证设计质量的，视为违约；

泄露甲方商业秘密的，视为违约。

三、法律名词及解释：

1. 不可抗力：指因自然灾害、政府行为、社会异常事件等原因，导致合同无法履行或履行困难的情况。

2. 违约金：指因一方违约而应向对方支付的赔偿金额。

3. 保密协议：指双方就保密内容达成的书面协议。

4. 版权：指作者对其作品享有的专有权。

5. 知识产权：指包括版权、专利权、商标权等在内的各种权利。

四、执行中遇到的问题及解决办法：

1. 问题：甲方提供的资料不完整或不符合要求。

解决办法：甲方应及时补充或修正资料，乙方根据甲方提供的资料进行设计。

2. 问题：乙方设计作品不符合甲方要求。

解决办法：乙方应根据甲方意见进行修改，直至甲方满意。

3. 问题：设计过程中出现沟通不畅。

解决办法：双方应定期沟通，及时解决问题，确保设计进度。

4. 问题：设计费用支付不及时。

解决办法：甲方应按照约定时间支付设计费用，乙方提供支付凭证。

5. 问题：设计作品侵权。

解决办法：乙方应确保设计作品不侵犯他人知识产权，如发生侵权，乙方应承担相应责任。

6. 问题：合同终止后的保密问题。

解决办法：双方应按照保密协议约定，妥善处理保密内容。

多方为主导的条款说明解释

一、增加第三方合同主体的基础上。重新详细规划第三方的责权利等相关条款

1. 第三方定义：

本合同中的第三方指除甲方和乙方之外，参与本合同履行过程中的任何自然人、法人或其他组织。

2. 第三方责任：

第三方应按照本合同约定，履行其相应的责任和义务，确保其行为不违反本合同规定。

3. 第三方权利：

第三方有权要求甲方和乙方按照合同约定，提供必要的工作条件和信息支持。

4. 第三方义务：

第三方应保证其提供的信息真实、准确，并对因信息错误导致的后果承担责任。

5. 第三方参与方式：

第三方参与本合同，需经甲方和乙方同意，并签订相应的合作协议。

二、以乙方的权益为主导，以乙方的责权利为优先，增加乙方的权利条款以及乙方的多种利益条款，同时增加甲方的违约及限制条款

1. 乙方权利条款：

乙方有权要求甲方按照约定支付设计费用；

乙方有权要求甲方提供必要的资料和样本；

乙方有权要求甲方在合同期限内不得将设计作品用于与本合同无关的用途。

2. 乙方利益条款：

乙方有权获得设计作品的版权和知识产权；

乙方有权要求甲方在合同终止后，不得侵犯其知识产权。

3. 甲方的违约及限制条款：

甲方未按约定支付设计费用的，应向乙方支付违约金；

甲方未按约定提供资料或样本的，应承担相应的延误责任；

甲方在合同期限内将设计作品用于与本合同无关的用途的，应向乙方支付赔偿金。

三、以甲方的权益为主导，以甲方的责权利为优先，增加甲方的权利条款以及甲方的多种利益条款，同时增加乙方的违约及限制条款

1. 甲方权利条款：

甲方有权要求乙方按照约定时间完成设计任务；

甲方有权要求乙方保证设计作品的质量；

甲方有权要求乙方提供设计作品的修改意见。

2. 甲方利益条款：

甲方有权获得设计作品的版权和知识产权；

甲方有权在合同期限内使用设计作品。

3. 乙方的违约及限制条款：

乙方未按约定时间完成设计任务的，应向甲方支付违约金；

乙方未按约定保证设计质量的，应重新设计并承担相关费用；

乙方泄露甲方商业秘密的，应承担相应的法律责任。

全文完。

二零二五年度产品包装广告设计合同 1

合同目录

第一章 合同概述

1.1 合同背景

1.2 合同目的

1.3 合同双方

1.4 合同有效期

第二章 产品包装设计要求

2.1 产品概述

2.2 设计风格

2.3 设计元素

2.4 设计规格

2.5 设计文件要求

第三章 广告设计要求

3.1 广告形式

3.2 广告内容

3.3 广告风格

3.4 广告媒介

3.5 广告发布时间

第四章 设计费用及支付方式

4.1 设计费用总额

4.2 费用支付方式

4.3 付款时间节点

4.4 逾期付款责任

第五章 设计进度安排

5.1 设计阶段划分

5.2 各阶段完成时间

5.3 进度监控与调整

第六章 设计成果验收

6.1 验收标准

6.2 验收流程

6.3 验收时间

6.4 验收不合格的处理

第七章 设计成果交付

7.1 设计成果交付形式

7.2 设计成果交付时间

7.3 设计成果交付地点

7.4 设计成果保密

第八章 知识产权归属

8.1 设计成果知识产权归属

8.2 设计成果使用范围

8.3 知识产权争议解决

第九章 违约责任

9.1 设计方违约责任

9.2 购买方违约责任

9.3 违约赔偿方式

第十章 合同解除

10.1 合同解除条件

10.2 合同解除流程

10.3 合同解除后的处理

第十一章 争议解决

11.1 争议解决方式

11.2 争议解决机构

11.3 争议解决费用

第十二章 合同终止

12.1 合同终止条件

12.2 合同终止流程

12.3 合同终止后的处理

第十三章 合同附件

13.1 设计要求附件

13.2 设计文件附件

13.3 其他相关附件

第十四章 其他约定

14.1 不可抗力条款

14.2 通知与送达

14.3 合同生效

14.4 合同解释

14.5 合同份数

14.6 合同签署

合同编号 2025

第一章 合同概述

1.1 合同背景

本合同签订背景为甲方（购买方）为了提升产品形象，提高市场竞争力，特委托乙方（设计方）进行二零二五年度产品包装及广告设计。

1.2 合同目的

本合同旨在明确甲乙双方在产品包装及广告设计过程中的权利、义务和责任，确保设计工作顺利进行，达到预期效果。

1.3 合同双方

甲方：[甲方全称]

乙方：[乙方全称]

1.4 合同有效期

本合同自双方签字盖章之日起生效，至二零二五年度产品包装及广告设计任务完成之日止。

第二章 产品包装设计要求

2.1 产品概述

[产品名称]、[产品规格]、[产品特点]。

2.2 设计风格

设计风格需符合甲方品牌形象，突出产品特色，体现现代感。

2.3 设计元素

设计元素包括但不限于：产品 logo、色彩搭配、图案设计等。

2.4 设计规格

设计规格应符合甲方要求，包括但不限于：包装尺寸、印刷材质、印刷工艺等。

2.5 设计文件要求

设计文件应包括：设计草图、设计稿、印刷文件等。

第三章 广告设计要求

3.1 广告形式

广告形式包括但不限于：海报、宣传册、线上广告等。

3.2 广告内容

广告内容应围绕产品特点，突出产品优势，吸引目标消费群体。

3.3 广告风格

广告风格需与产品包装设计风格保持一致。

3.4 广告媒介

广告媒介包括但不限于：网络媒体、户外广告、平面媒体等。

3.5 广告发布时间

广告发布时间应与甲方市场推广计划相协调。

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/317036042102010044