

20XX

专业合同封面

COUNTRACT COVER

甲方：XXX

乙方：XXX

PERSONAL

2024 年度广告发布与代理合同标的及管理方式

本合同目录一览

1. 合同概述
 - 1.1 合同双方基本信息
 - 1.2 合同签订日期及生效日期
 - 1.3 合同期限
 - 1.4 合同目的及适用范围
2. 广告发布内容
 - 2.1 广告内容描述
 - 2.2 广告形式及规格要求
 - 2.3 广告发布媒介及位置
 - 2.4 广告发布时间安排
3. 广告代理服务
 - 3.1 代理服务内容
 - 3.2 代理服务期限
 - 3.3 代理服务费用及支付方式

- 3.4 代理服务成果评估标准
- 4. 广告素材提供
 - 4.1 素材提供要求
 - 4.2 素材提供时间及方式
 - 4.3 素材质量及责任
- 5. 版权及知识产权
 - 5.1 广告内容版权归属
 - 5.2 素材版权归属
 - 5.3 知识产权保护
- 6. 广告费用及支付
 - 6.1 广告费用总额及构成
 - 6.2 费用支付时间及方式
 - 6.3 逾期付款处理
- 7. 广告效果监测与评估
 - 7.1 效果监测指标
 - 7.2 评估方法及时间
 - 7.3 效果报告及反馈
- 8. 违约责任

- 8.1 违约情形及定义
- 8.2 违约责任承担
- 8.3 违约赔偿标准
- 9. 争议解决
 - 9.1 争议解决方式
 - 9.2 争议解决程序
 - 9.3 争议解决地点
- 10. 合同变更与解除
 - 10.1 合同变更条件
 - 10.2 合同解除条件
 - 10.3 合同解除程序
- 11. 合同生效条件
 - 11.1 合同生效条件
 - 11.2 合同生效日期
- 12. 合同附件
 - 12.1 附件一：广告发布计划
 - 12.2 附件二：广告费用明细表
 - 12.3 附件三：广告效果评估报告

13. 其他约定

13.1 合同未尽事宜协商解决

13.2 合同生效后不可撤销

13.3 合同执行过程中不得擅自转让

14. 合同份数及生效

14.1 合同份数

14.2 合同生效日期

第一部分：合同如下：

1. 合同概述

1.1 合同双方基本信息

本合同双方为甲方（广告主）和乙方（广告代理公司），甲方为广告内容发布方，乙方为广告内容代理发布方。

1.2 合同签订日期及生效日期

本合同于 2024 年 1 月 1 日签订，自双方签字盖章之日起生效。

1.3 合同期限

本合同期限为一年，自 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日。

1.4 合同目的及适用范围

本合同旨在明确甲乙双方在 2024 年度广告发布与代理中的权利、义务及责任，确保广告发布工作的顺利进行。

2. 广告发布内容

2.1 广告内容描述

广告内容应包括但不限于产品名称、特点、价格及促销活动等信息。

2.2 广告形式及规格要求

广告形式为图文广告，尺寸为宽 960 像素，高 300 像素，格式为 JPEG。

2.3 广告发布媒介及位置

广告将在甲方官方网站、社交媒体平台及合作媒体上发布，具体位置由双方协商确定。

2.4 广告发布时间安排

广告发布时间为 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，具体发布日期由双方协商确定。

3. 广告代理服务

3.1 代理服务内容

乙方负责广告内容的策划、设计、制作、发布及效果监测等工作。

3.2 代理服务期限

代理服务期限与合同期限一致，即 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日。

3.3 代理服务费用及支付方式

代理服务费用为人民币 10 万元，分四次支付，每次支付 2.5 万元。

3.4 代理服务成果评估标准

代理服务成果以广告率、转化率等指标为评估标准。

4. 广告素材提供

4.1 素材提供要求

甲方应于 2024 年 1 月 10 日前将广告素材提供给乙方，素材应符合广告发布内容的要求。

4.2 素材提供时间及方式

甲方通过电子邮件或在线传输方式将素材发送至乙方指定邮箱。

4.3 素材质量及责任

甲方对提供的素材质量负责，如因素材质量问题导致广告发布失败，由甲方承担相应责任。

5. 版权及知识产权

5.1 广告内容版权归属

广告内容版权归甲方所有，乙方在合同期限内有权使用广告内容。

5.2 素材版权归属

甲方对提供的素材拥有版权，乙方在合同期限内有权使用素材。

5.3 知识产权保护

双方应遵守相关法律法规，保护广告内容、素材及知识产权。

6. 广告费用及支付

6.1 广告费用总额及构成

广告费用总额为人民币 10 万元，包括代理服务费用、素材费用及发布费用。

6.2 费用支付时间及方式

按照代理服务费用及支付方式，甲方在合同期限内分四次支付费用。

6.3 逾期付款处理

如甲方逾期付款，乙方有权暂停广告发布，并追究甲方违约责任。

7. 广告效果监测与评估

7.1 效果监测指标

广告效果监测指标包括率、转化率、曝光量等。

7.2 评估方法及时间

乙方每月向甲方提交一次广告效果评估报告，报告内容包括广告效果监测数据及分析。

7.3 效果报告及反馈

甲方应在收到效果报告后3个工作日内向乙方反馈意见。

8. 违约责任

8.1 违约情形及定义

8.1.1 甲方违约情形: 未按时支付广告费用、未提供符合要求的广告素材、违反广告发布内容规范等。

8.1.2 乙方违约情形: 未按时完成广告发布、发布不符合要

求的广告内容、未提供准确的效果评估报告等。

8.2 违约责任承担

8.2.1 甲方违约责任: 甲方应向乙方支付违约金, 违约金为未支付广告费用总额的 5%。

8.2.2 乙方违约责任: 乙方应向甲方支付违约金, 违约金为代理服务费用总额的 5%。

8.3 违约赔偿标准

8.3.1 甲方违约赔偿: 甲方应赔偿乙方因违约造成的直接经济损失。

8.3.2 乙方违约赔偿: 乙方应赔偿甲方因违约造成的直接经济损失。

9. 争议解决

9.1 争议解决方式

双方发生争议, 应友好协商解决; 协商不成的, 提交至合同签订地人民法院诉讼解决。

9.2 争议解决程序

争议发生后, 双方应自收到对方书面通知之日起 30 日内提出解决方案。

9.3 争议解决地点

争议解决地点为合同签订地。

10. 合同变更与解除

10.1 合同变更条件

10.1.1 双方协商一致，可对本合同进行变更。

10.1.2 法律法规发生变化，导致合同内容需要调整。

10.2 合同解除条件

10.2.1 合同期限届满；

10.2.2 双方协商一致解除；

10.2.3 发生不可抗力事件，导致合同无法履行。

10.3 合同解除程序

10.3.1 双方应书面通知对方解除合同；

11. 合同生效条件

11.1 合同生效条件

本合同自双方签字盖章之日起生效。

11.2 合同生效日期

本合同生效日期为 2024 年 1 月 1 日。

12. 合同附件

12.1 附件一：广告发布计划

12.2 附件二：广告费用明细表

12.3 附件三：广告效果评估报告

13. 其他约定

13.1 合同未尽事宜协商解决

本合同未尽事宜，由双方协商解决。

13.2 合同生效后不可撤销

本合同生效后，双方不得单方面撤销。

13.3 合同执行过程中不得擅自转让

合同执行过程中，未经对方同意，任何一方不得擅自转让合同权利义务。

14. 合同份数及生效

14.1 合同份数

本合同一式两份，甲乙双方各执一份。

14.2 合同生效日期

本合同生效日期为 2024 年 1 月 1 日。

第二部分：第三方介入后的修正

15. 第三方介入

15.1 第三方定义

在本合同中，第三方是指除甲乙双方以外的，因合同履行需要而介入的任何个人、组织或实体，包括但不限于中介机构、担保方、评估机构、咨询顾问等。

15.2 第三方介入情形

15.2.1 合同履行过程中，需要第三方提供专业服务或协助

15.2.2 合同双方协商一致，认为第三方介入有助于合同履行；

15.2.3 法律法规或政策要求第三方介入。

15.3 第三方责任

15.3.1 第三方应根据其职责和合同约定，对自身行为负责，并承担相应的法律责任。

15.3.2 第三方在合同履行过程中产生的损失，由其自行承担。

15.4 第三方权利

15.4.1 第三方有权根据合同约定或法律法规，享有相应的权利，如收取服务费用、获得合同履行信息等。

15.4.2 第三方有权要求甲乙双方提供必要的信息和协助，以履行其职责。

16. 甲乙双方额外条款

16.1 第三方介入程序

16.1.1 甲乙双方应共同确定第三方介入的必要性，并就第三方介入的具体事宜达成一致。

16.1.2 甲乙双方应与第三方签订书面协议，明确第三方的职责、权利和义务。

16.1.3 第三方介入协议作为本合同的附件，与本合同具有同等法律效力。

16.2 第三方责任限额

16.2.1 第三方责任限额应根据第三方介入的具体情况、合同约定和法律法规确定。

16.2.2 第三方责任限额应在第三方介入协议中明确约定。

16.2.3 第三方责任限额不得低于本合同规定的甲乙双方责任限额。

16.3 第三方责任划分

16.3.1 第三方责任与甲乙双方责任划分应明确，避免责任交叉或相互推诿。

16.3.2

第三方责任仅限于其在合同中的职责范围内，超出职责范围的责任由甲乙双方自行承担。

17. 第三方介入协议

17.1 第三方介入协议内容

17.1.1 第三方的基本信息；

17.1.2 第三方介入的具体职责；

17.1.3 第三方的权利和义务；

17.1.4 第三方责任限额；

17.1.5 第三方介入协议的生效条件和期限。

17.2 第三方介入协议签订

第三方介入协议应由甲乙双方与第三方共同签订，并经双方签字盖章后生效。

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：广告发布计划

详细要求：

广告发布的时间表，包括开始和结束日期。

广告发布的具体媒介和位置。

广告内容的创意和设计方案。

广告效果预期目标。

说明：此附件用于详细说明广告发布的安排和预期效果，确保双方对广告发布有清晰的理解。

2. 附件二：广告费用明细表

详细要求：

广告费用的构成，包括代理服务费、素材制作费、发布平台费用等。

每项费用的具体金额和支付时间。

任何可能的额外费用及其计算方式。

说明：此附件用于明确广告费用的具体细节，确保双方对费用有透明和一致的认知。

3. 附件三：广告效果评估报告

详细要求：

广告发布的实际效果数据，包括率、转化率、曝光量等。

效果数据分析，包括与预期目标的对比。

对广告效果的解释和建议。

说明：此附件用于评估广告发布的效果，为后续的广告策略提供依据。

4. 附件四：第三方介入协议

详细要求：

第三方的详细信息，包括名称、地址、联系方式等。

第三方的职责范围和预期服务。

第三方的权利和义务。

第三方的责任限额。

说明：此附件用于明确第三方在合同中的角色和责任，确保第三方介入的合法性和有效性。

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费用。

责任认定标准：甲方应在约定的支付时间内支付广告费用，如未支付，构成违约。

示例：甲方应在每月 5 日前支付当月广告费用，如未支付，构成违约。

2. 违约行为：乙方未按时完成广告发布。

责任认定标准：乙方应在约定的发布时间内完成广告发布，如未按时完成，构成违约。

示例：乙方应在每月 10 日前完成广告发布，如未按时完成，构成违约。

3. 违约行为：甲方提供的广告素材不符合要求。

责任认定标准：甲方提供的广告素材应满足合同约定的质量标准，如不符合，构成违约。

示例：甲方提供的素材尺寸不符合要求，构成违约。

4. 违约行为：第三方未履行其合同约定的职责。

责任认定标准：第三方应根据合同约定履行其职责，如未履行或履行不当，构成违约。

示例：第三方未按时提供评估报告，构成违约。

全文完。

2024 年度广告发布与代理合同标的及管理方式 1

本合同目录一览

第一条 合同双方基本信息

1.1 合同双方名称及全称

1.2 合同双方法定代表人或授权代表

1.3 合同双方联系方式

第二条 广告发布内容

2.1 广告内容概述

2.2 广告内容要求

2.3 广告内容修改与更新

第三条 广告发布时间

3.1 广告发布起始时间

3.2 广告发布终止时间

3.3 广告发布周期

第四条 广告发布渠道

4.1 线上发布平台

4.2 线下发布渠道

4.3 其他特殊渠道

第五条 广告发布费用

5.1 广告发布费用总额

5.2 广告发布费用支付方式

5.3 广告发布费用结算时间

第六条 广告代理服务内容

6.1 广告策划与创意

6.2 广告素材制作与审核

6.3 广告发布效果监测与分析

6.4 广告投放优化与调整

第七条 广告发布效果评估

7.1 广告发布效果评估指标

7.2 广告发布效果评估时间

7.3 广告发布效果评估方法

第八条 合同履行与变更

8.1 合同履行期限

8.2 合同变更程序

8.3 合同解除条件

第九条 违约责任

9.1 违约行为界定

9.2 违约责任承担方式

9.3 违约金计算方法

第十条 保密条款

10.1 保密内容

10.2 保密期限

10.3 违反保密义务的责任

第十一条 争议解决方式

11.1 争议解决途径

11.2 争议解决机构

11.3 争议解决程序

第十二条 合同解除与终止

12.1 合同解除条件

12.2 合同终止条件

12.3 合同解除与终止的程序

第十三条 合同生效与备案

13.1 合同生效条件

13.2 合同备案要求

13.3 合同备案机构

第十四条 其他约定事项

14.1 合同附件

14.2 合同未尽事宜

14.3 合同签订日期

第一部分：合同如下：

第一条 合同双方基本信息

1.1 合同双方名称及全称

甲方：广告有限公司

乙方：YYYY 企业集团有限公司

1.2 合同双方法定代表人或授权代表

甲方法定代表人：

乙方法定代表人：

1.3 合同双方联系方式

第二条 广告发布内容

2.1 广告内容概述

广告内容为乙方产品宣传，包括但不限于产品特点、优势、价格等信息。

2.2 广告内容要求

广告内容需符合国家相关法律法规，不得含有虚假、误导性信息，不得侵犯他人合法权益。

2.3 广告内容修改与更新

广告内容如有修改或更新，甲方应在乙方要求下及时进行，修改后的广告内容需经乙方审核同意后方可发布。

第三条 广告发布时间

3.1 广告发布起始时间

广告发布起始时间为 2024 年 1 月 1 日。

3.2 广告发布终止时间

广告发布终止时间为 2024 年 12 月 31 日。

3.3 广告发布周期

广告发布周期为每月一次，具体发布时间为每月的第一个工作日。

第四条 广告发布渠道

4.1 线上发布平台

4.2 线下发布渠道

4.3 其他特殊渠道

如需在其他特殊渠道发布广告，需经双方协商一致后方可实施。

第五条 广告发布费用

5.1 广告发布费用总额

广告发布费用总额为人民币壹拾万元整（¥100,000）。

5.2 广告发布费用支付方式

广告发布费用分两次支付，首次支付人民币伍万元整（¥50,000），在广告发布起始前支付；第二次支付人民币伍万元整（¥50,000），在广告发布结束后支付。

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/438057022122007016>