

20XX

专业合同封面

COUNTRACT COVER

甲方：XXX

乙方：XXX

P E R S O N A L

2025 年度 MCN 机构与旅游企业联合营销合同

本合同目录一览

第一条 合同双方基本信息

1.1 甲方基本信息

1.2 乙方基本信息

第二条 合同签订背景及目的

2.1 合同签订背景

2.2 合同目的

第三条 合作范围及内容

3.1 合作范围

3.2 营销内容

第四条 营销目标及预期效果

4.1 营销目标

4.2 预期效果

第五条 营销活动策划与执行

5.1 活动策划

5.2 活动执行

第六条 版权及知识产权保护

6.1 版权归属

6.2 知识产权保护

第七条 费用及支付方式

7.1 营销费用

7.2 支付方式

第八条 营销效果评估及考核

8.1 评估标准

8.2 考核办法

第九条 违约责任及处理

9.1 违约情形

9.2 违约责任

9.3 处理方式

第十条 合同解除及终止

10.1 合同解除条件

10.2 合同终止条件

第十一条 争议解决

11.1 争议解决方式

11.2 争议解决机构

第十二条 合同生效及期限

12.1 合同生效条件

12.2 合同期限

第十三条 合同附件

13.1 附件一：营销方案

13.2 附件二：费用明细表

13.3 附件三：其他相关文件

第十四条 合同其他约定

14.1 保密条款

14.2 法律适用及管辖

14.3 合同附件效力

14.4 其他约定事项

第一部分：合同如下：

第一条 合同双方基本信息

1.1 甲方基本信息

1.1.1 甲方名称：X 旅游企业

1.1.2 甲方地址：[详细地址]

1.1.3 甲方法定代表人：[法定代表人姓名]

1.1.4 甲方联系电话：[联系电话]

1.1.5 甲方电子邮箱：[电子邮箱]

1.2 乙方基本信息

1.2.1 乙方名称：X MCN 机构

1.2.2 乙方地址：[详细地址]

1.2.3 乙方法定代表人：[法定代表人姓名]

1.2.4 乙方联系电话：[联系电话]

1.2.5 乙方电子邮箱：[电子邮箱]

第二条 合同签订背景及目的

2.1 合同签订背景

2.1.1 甲方拥有丰富的旅游资源，希望借助乙方 MCN 机构的专业能力进行线上推广。

2.1.2 乙方拥有广泛的社交媒体资源和影响力，寻求与甲方合作，共同开拓旅游市场。

2.2 合同目的

2.2.1 通过双方合作，提高甲方旅游产品的知名度和市场占有率。

2.2.2 通过线上营销活动，吸引更多潜在客户，实现销售增长。

第三条 合作范围及内容

3.1 合作范围

3.1.1 甲方提供旅游产品信息、资源及合作政策。

3.1.2 乙方负责策划、执行线上营销活动，包括但不限于短视频、直播、社交媒体推广等。

3.2 营销内容

3.2.1 策划并执行不少于 10 场线上营销活动，活动形式包括但不限于产品推广、旅游攻略分享、互动问答等。

3.2.2 每场活动需达到至少[观看人数]人次观看，并保证[互动率]。

第四条 营销目标及预期效果

4.1 营销目标

4.1.1 提高甲方旅游产品线上曝光度，实现全年曝光量达到[曝光量]。

4.1.2 通过线上营销活动，实现全年销售额增长[百分比]。

4.2 预期效果

4.2.1 提升甲方旅游产品在目标市场的知名度和美誉度。

4.2.2 增加潜在客户数量，提高客户转化率。

第五条 营销活动策划与执行

5.1 活动策划

5.1.1 乙方根据甲方提供的信息，制定详细的营销活动策划方案。

5.1.2 活动策划方案需经甲方审核同意后方可执行。

5.2 活动执行

5.2.1 乙方按照策划方案执行线上营销活动，确保活动效果。

5.2.2 甲方提供必要的支持和协助，包括但不限于提供产品资料、场地等。

第六条 版权及知识产权保护

6.1 版权归属

6.1.1 乙方创作的营销内容，包括但不限于文案、图片、视频等，归乙方所有。

6.1.2 甲方享有对乙方创作内容的非独占使用权。

6.2 知识产权保护

6.2.1 乙方保证其创作的营销内容不侵犯任何第三方的知识产权。

6.2.2 甲方有权要求乙方停止侵权行为，并承担相应法律责任。

第七条 费用及支付方式

7.1 营销费用

7.1.1 甲方支付乙方营销费用总额为[金额]元。

7.1.2 营销费用包含但不限于策划费用、执行费用、平台推广费用等。

7.2 支付方式

7.2.1 甲方按照约定的支付计划向乙方支付营销费用。

7.2.2 支付计划为：[具体支付时间及金额]。

7.2.3 乙方收到款项后，提供相应的发票和费用明细。

第八条 营销效果评估及考核

8.1 评估标准

8.1.1 线上曝光量：根据第三方平台数据统计，计算甲方旅游产品在线上的曝光次数。

8.1.2 潜在客户转化率：通过线上营销活动引导至甲方网站或 APP 的潜在客户数量与总访问量的比例。

8.1.3 销售额增长：比较合同执行前后甲方旅游产品的销售额变化。

8.2 考核办法

8.2.1 乙方每月向甲方提交营销效果报告，包括但不限于曝光量、转化率和销售额数据。

8.2.2 甲方根据报告内容对乙方的营销效果进行评估。

8.2.3 如乙方未达到约定的营销效果，双方协商制定改进措施。

第九条 违约责任及处理

9.1 违约情形

9.1.1 乙方未按照合同约定完成营销活动。

9.1.2 乙方提供的营销内容侵犯第三方知识产权。

9.1.3 甲方未按照合同约定支付营销费用。

9.2 违约责任

9.2.2 乙方侵犯第三方知识产权，乙方承担全部法律责任。

9.2.3 甲方未支付营销费用，乙方有权暂停或终止合同。

9.3 处理方式

9.3.1 双方协商解决违约问题。

9.3.2 协商不成，可向合同签订地人民法院提起诉讼。

第十条 合同解除及终止

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 双方约定的合同终止条件成就。

第十一条 争议解决

11.1 争议解决方式

11.1.1 双方协商解决争议。

11.1.2 协商不成，提交合同签订地仲裁委员会仲裁。

11.2 争议解决机构

11.2.1 争议解决机构为合同签订地仲裁委员会。

第十二条 合同生效及期限

12.1 合同生效条件

12.1.1 双方签字盖章。

12.1.2 合同签订后 7 日内，甲方支付首期营销费用。

12.2 合同期限

12.2.1 本合同自双方签字盖章之日起生效，有效期为一年。

第十三条 合同附件

13.1 附件一：营销方案

13.1.1 营销活动具体方案及时间安排。

13.2 附件二：费用明细表

13.2.1 营销费用构成及支付计划。

13.3 附件三：其他相关文件

13.3.1 双方协商一致认为需要作为合同附件的其他文件。

第十四条 合同其他约定

14.1 保密条款

14.1.1 双方对本合同内容负有保密义务，未经对方同意，不得向任何第三方泄露。

14.2 法律适用及管辖

14.2.1 本合同适用中华人民共和国法律。

14.2.2 双方因本合同发生的争议，提交合同签订地人民法院管辖。

14.3 合同附件效力

14.3.1 本合同附件与本合同具有同等法律效力。

14.4 其他约定事项

14.4.1 本合同未尽事宜，由双方另行协商解决。

第二部分：第三方介入后的修正

第十五条 第三方介入的概念与定义

15.1 第三方是指在本合同执行过程中，由甲乙双方共同邀请或引入，以提供专业服务、技术支持、资源对接等为目的的独立法人或其他组织。

15.2 第三方的类型包括但不限于：

15.2.1 营销推广平台；

15.2.2 数据分析机构；

15.2.3 广告代理公司；

15.2.4 法律顾问；

15.2.5 其他相关服务提供者。

第十六条 第三方的责权利

16.1 第三方的责任：

16.1.1 第三方应按照合同约定，提供专业、高效的服务。

16.1.2 第三方应保证其提供的服务不侵犯任何第三方的知识产权。

16.1.3 第三方应遵守相关法律法规，不得从事违法违规活动。

16.2 第三方的权利：

16.2.1 第三方有权根据合同约定，获得相应的服务费用。

16.2.2 第三方有权要求甲方和乙方提供必要的信息和资料，以完成其服务。

16.3 第三方的义务：

16.3.1 第三方应按时完成其服务，并确保服务质量。

16.3.2 第三方应配合甲乙双方进行沟通协调，确保合作顺利进行。

第十七条 第三方与其他各方的划分说明

17.1 第三方与甲方的关系：

17.1.1 第三方作为甲方合作方，应接受甲方的监督和管理。

17.1.2 第三方在执行服务过程中，应遵守甲方的相关规定。

17.2 第三方与乙方的关系：

17.2.1 第三方作为乙方合作方，应接受乙方的监督和管理。

17.2.2 第三方在执行服务过程中，应遵守乙方的相关规定。

17.3 第三方与甲乙双方的关系：

17.3.1 第三方应同时遵守甲乙双方的规定，确保合作顺利进行。

17.3.2 第三方在履行合同过程中，应保持中立，不得偏袒任何一方。

第十八条 第三方责任限额

18.1 第三方责任限额的确定：

18.1.1 第三方责任限额根据其提供服务的性质、范围和合同约定确定。

18.1.2 第三方责任限额应不低于[金额]元。

18.2 第三方责任承担：

18.2.1 第三方在履行合同过程中，因自身原因导致损失，应承担相应的赔偿责任。

18.2.2 第三方责任限额范围内的损失，由第三方自行承担。

18.2.3

第三方责任限额范围外的损失，由甲乙双方根据合同约定分担。

第十九条 第三方变更与替换

19.1 第三方变更：

19.1.1 如需更换第三方，甲乙双方应协商一致，并书面通知对方。

19.1.2 更换第三方后，原合同条款继续有效，除非双方另有约定。

19.2 第三方替换：

19.2.1 如第三方无法履行合同，甲乙双方有权选择替换第三方。

19.2.2 替换第三方后，原合同条款继续有效，除非双方另有约定。

第二十条 第三方争议解决

20.1 第三方争议解决方式：

20.1.1 第三方与甲乙双方之间的争议，应通过协商解决。

20.1.2 协商不成，可提交合同签订地仲裁委员会仲裁。

20.2 第三方争议解决机构：

20.2.1 第三方争议解决机构为合同签订地仲裁委员会。

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：营销方案

详细要求和说明：

包含营销活动的具体方案、时间安排、预期目标、预算分配等。

方案需经甲乙双方审核通过，并作为合同附件。

方案应包含详细的执行步骤、效果评估指标和风险控制措施。

2. 附件二：费用明细表

详细要求和说明：

列明营销活动的各项费用，包括但不限于策划费用、执行费用、平台推广费用等。

费用明细需与合同约定的支付计划一致。

费用明细表需加盖甲乙双方财务章。

3. 附件三：第三方合作协议

详细要求和说明：

与第三方签订的合作协议，包括服务内容、费用、责任划分等。

协议需经甲乙双方审核通过，并作为合同附件。

协议应包含保密条款和争议解决方式。

4. 附件四：营销效果报告

详细要求和说明：

每月提交的营销效果报告，包括曝光量、转化率、销售额等数据。

报告需包含图表和数据对比，以直观展示营销效果。

报告需加盖乙方公章。

5. 附件五：合同变更协议

详细要求和说明：

在合同执行过程中，如需变更合同内容，双方需签订变更协议。

变更协议需明确变更内容、生效日期和双方权利义务。

变更协议需加盖甲乙双方公章。

6. 附件六：争议解决协议

详细要求和说明：

如发生争议，双方需签订争议解决协议，明确争议解决方式和机构。

协议需包含仲裁条款或诉讼管辖协议。

协议需加盖甲乙双方公章。

说明二：违约行为及责任认定：

1. 违约行为：

乙方未按合同约定完成营销活动。

乙方提供的营销内容侵犯第三方知识产权。

甲方未按合同约定支付营销费用。

第三方未按合同约定提供服务。

第三方提供的服务不符合合同约定的质量标准。

2. 责任认定标准：

乙方提供的营销内容侵犯第三方知识产权，乙方承担全部法律责任，包括但不限于赔偿损失、支付违约金等。

甲方未支付营销费用，乙方有权暂停或终止合同，并要求甲方支付违约金。

第三方未按合同约定提供服务，甲方有权要求第三方承担相应责任，赔偿损失。

第三方提供的服务不符合合同约定的质量标准，甲方有权要求第三方进行整改或赔偿损失。

示例说明：

乙方未按合同约定完成 5 场营销活动，甲方有权要求乙方赔偿损失，赔偿金额为合同约定营销费用的 10%。

乙方提供的营销内容被第三方指控侵权，乙方需支付赔偿金[金额]元，并承担相应的法律费用。

甲方未支付营销费用，乙方有权暂停合同执行，并要求甲方支付违约金[金额]元。

第三方未按合同约定提供数据分析服务，甲方有权要求第三方进行整改，并赔偿由此造成的损失[金额]元。

第三方提供的广告服务效果不佳，甲方有权要求第三方进行整改，如整改后仍不达标，甲方有权要求第三方赔偿损失[金额]元。

全文完。

2025年度MCN机构与旅游企业联合营销合同 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 合同期限

1.5 合同范围

1.6 合同金额

1.7 合同生效条件

1.8 合同解除条件

1.9 合同变更条件

第二章 营销目标与策略

2.1 营销目标

2.2 营销策略

2.3 营销计划

2.4 营销预算

2.5 营销效果评估

2.6 营销风险控制

第三章 MCN 机构责任

3.1 内容创作

3.2 平台运营

3.3 数据分析

3.4 客户服务

3.5 营销活动执行

3.6 营销效果跟踪

3.7 营销资源协调

第四章 旅游企业责任

4.1 产品提供

4.2 营销支持

4.3 市场推广

4.4 数据共享

4.5 营销活动参与

4.6 营销效果反馈

4.7 营销资源提供

第五章 营销活动执行

5.1 活动策划

5.2 活动执行

5.3 活动监控

5.4 活动效果评估

5.6 活动改进

第六章 营销效果评估

6.1 效果评估指标

6.2 效果评估方法

6.3 效果评估周期

6.4 效果评估报告

6.5 效果评估结果应用

第七章 合同费用与支付

7.1 费用构成

7.2 支付方式

7.3 支付时间

7.4 付款条件

7.5 逾期付款处理

第八章 违约责任

8.1 违约情形

8.2 违约责任

8.3 违约赔偿

8.4 违约解除合同

第九章 保密条款

9.1 保密内容

9.2 保密期限

9.3 保密义务

9.4 违约责任

第十章 合同解除与终止

10.1 解除条件

10.2 解除程序

10.3 终止条件

10.4 终止程序

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 争议解决程序

11.4 争议解决费用

第十二章 合同附件

12.1 附件一：营销计划

12.2 附件二：营销效果评估指标

12.3 附件三：费用明细

12.4 附件四：保密协议

第十三章 合同生效与备案

13.1 合同生效条件

13.2 合同备案

13.3 合同备案机构

第十四章 其他约定

14.1 法律适用

14.2 语言文字

14.3 合同份数

14.4 合同附件

14.5 合同修改与补充

合同编号_____

第一章 合同概述

1.1 合同背景

本合同双方因共同开展 2025 年度旅游营销活动，经友好协商，达成如下共识。

1.2 合同目的

本合同旨在通过 MCN 机构与旅游企业的联合营销，提升旅游产品知名度，扩大市场份额，实现双方互利共赢。

1.3 合同双方

甲方：MCN 机构

乙方：旅游企业

1.4 合同期限

本合同自双方签字盖章之日起生效，至 2025 年 12 月 31 日止。

1.5 合同范围

本合同涵盖旅游产品宣传、推广、销售以及相关营销活动的策划与执行。

1.6 合同金额

本合同总金额为人民币_____元，分_____期支付。

1.7 合同生效条件

本合同经双方签字盖章后生效。

1.8 合同解除条件

- (1) 一方严重违约，经对方书面通知后 30 日内未予改正；
- (2) 因不可抗力导致合同无法履行；
- (3) 双方协商一致解除合同。

1.9 合同变更条件

本合同在履行过程中，如需变更，双方应协商一致，并以书面形式进行确认。

第二章 营销目标与策略

2.1 营销目标

- (1) 提升旅游产品知名度，提高市场占有率；

(2) 实现旅游产品销售额增长;

(3) 扩大品牌影响力。

2.2 营销策略

(1) 线上线下结合，多渠道推广;

(2) 利用 MCN 机构资源，进行内容营销;

(3) 举办线上线下活动，吸引消费者参与。

2.3 营销计划

(1) 制定详细的营销活动计划，包括活动时间、地点、内容等;

(2) 明确各阶段营销目标;

(3) 制定营销预算，确保活动顺利进行。

2.4 营销预算

本合同营销预算为人民币_____元，具体分配如下:

(1) 内容创作费用: _____元;

(2) 平台运营费用: _____元;

(3) 市场推广费用: _____元;

(4) 活动执行费用: _____元。

2.5 营销效果评估

- (1) 设定营销效果评估指标，如率、转化率、销售额等；
- (2) 定期进行效果评估，分析营销效果；
- (3) 根据评估结果调整营销策略。

2.6 营销风险控制

- (1) 制定风险防范措施，降低营销风险；
- (2) 密切关注市场动态，及时调整营销策略；
- (3) 加强双方沟通，确保合作顺利进行。

第三章 MCN 机构责任

3.1 内容创作

- (1) 根据旅游企业需求，创作优质内容；
- (2) 保证内容质量，符合相关法律法规；
- (3) 按时完成内容创作任务。

3.2 平台运营

- (1) 负责旅游企业账号的运营管理；
- (2) 提升账号粉丝数量和活跃度；
- (3) 保证账号安全，防止违规操作。

3.3 数据分析

- (1) 收集、整理、分析营销数据；

- (2) 为旅游企业提供数据支持；
- (3) 协助旅游企业优化营销策略。

3.4 客户服务

- (1) 及时解答客户疑问；
- (2) 处理客户投诉；
- (3) 提高客户满意度。

3.5 营销活动执行

- (1) 根据营销计划，执行营销活动；
- (2) 确保活动效果；
- (3) 及时反馈活动情况。

3.6 营销效果跟踪

- (1) 跟踪营销活动效果；
- (3) 定期向旅游企业汇报营销效果。

3.7 营销资源协调

- (1) 协调各方资源，确保营销活动顺利进行；
- (2) 协助旅游企业解决营销活动中遇到的问题；
- (3) 提高营销效率。

第四章 旅游企业责任

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/717145133166010032>