# 营销授权合同范本(优选27篇)

来源：网络 作者：紫芸轻舞 更新时间：2024-09-10

*营销授权合同范本1甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_负责人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_甲﹑乙双方本着自愿、平等、诚实信用的原则，经友好协商，达成以下协议：...*

**营销授权合同范本1**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

负责人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲﹑乙双方本着自愿、平等、诚实信用的原则，经友好协商，达成以下协议：

第一条甲方将自身生产、经销、代销产品(以下统称\_\_\_\_\_\_\_产品)的区域经销权授予乙方。乙方按甲方要求在商定区域内自行开设门店经营\_\_\_\_\_\_\_产品，该门店的规模、设施、设备等应符合甲方要求，在指定范围内进行经营活动，经销\_\_\_\_\_\_\_产品，为一定区域范围内的消费者及\_\_\_\_\_\_\_业务人员服务。

第二条授权经销的期限为\_\_\_\_\_\_\_年。

第三条乙方是在当地工商行政管理机关登记注册的企业法人或组织，依法对自己的财产实行独立核算，自主经营，自负盈亏。乙方应依法经营。

第四条授权经销商的地址为\_\_\_\_\_\_\_省(市)\_\_\_\_\_\_\_县(市、区)\_\_\_\_\_\_\_。如变更经营地址，应事先征得甲方同意，并在甲方备案。乙方只能在授权店内进行\_\_\_\_\_\_\_产品的销售活动，并严格按甲方的有关规定为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_提供相关服务。

第五条甲方的权利与义务

1.甲方有权要求乙方按甲方\_\_\_\_\_\_\_形象方案要求进行店面的装饰、装修，费用由乙方负担。

2.甲方有权要求乙方按甲方要求改进日常经营活动，学习、执行甲方制定的有关服务规范等制度。

3.甲方有权对乙方的日常经营活动进行监督、检查，并纠正乙方不符合甲方要求的方面，乙方应全力配合。

4.甲方有权要求乙方执行甲方制订的全国范围内的统一零售价格，乙方不得私自打折销售，对乙方私自打折销售的行为甲方有权制止、扣除保证金，直至取消乙方经销商资格。

5.甲方有权要求乙方参与、执行甲方制订的全国范围内或区域范围内的各种销售活动，乙方未经甲方同意不得拒绝参与、执行甲方的统一活动。

6.甲方有权要求乙方执行甲方规定的定货时间与手续，对乙方违反甲方规定的订货行为甲方有权拒绝，由此造成的损失由乙方承担。

7.在未与乙方解除合同或未与乙方协商一致的情况下，甲方将不再在该区域内开设授权经销商，以保护乙方的收益权。

8.甲方有权根据经营状况调整乙方待遇。

9.甲方有义务通知乙方，甲方新近增加的产品，在甲方可以满足乙方订货的前提下，甲方不得拒绝乙方的订货要求。

10.甲方有义务对乙方进行新产品知识的培训，除缴纳培训必须的费用外，不得额外收取费用。

第六条乙方的权利与义务

1.乙方有权要求甲方保持乙方在约定区域内的\'经销店独自经营权，即在约定区域内没有第二家授权经销店。

2.乙方在与其他授权经销店同等条件下，有权利享受同等待遇。

3.乙方有权要求参与公司在全国或授权经销店所在区域组织的涉及授权经销店的各种促销活动。

4.乙方有权要求甲方按双方商定的日期、数量等供应产品。

5.乙方有权要求甲方组织各种经营与产品知识培训。

6.乙方有义务执行甲方制定的产品销售价格，不得擅自更改销售价格。

7.乙方不得转让授权经销资格。

8.乙方有义务执行甲方制定的销售政策;有义务按甲方的销售规则进行产品销售;有义务为甲方的优惠顾客按甲方的有关规定提供服务。

第七条甲方向乙方提供授权经销店的CI形象方案及《\_\_\_\_\_\_\_公司授权经销店运营手册》。乙方应严格按照甲方的要求，开展营业活动，对甲方开展的销售活动涉及乙方的，乙方有义务无条件配合。

第八条甲方指导乙方做好开店准备。甲方认为必要时，向乙方提供教育和培训，乙方应积极配合甲方的工作，参与教育及培训工作，认真学习相关销售技巧及相关商品知识等内容。

第九条为确保授权经销店的正规性和服务质量的一致性，甲方有权对乙方的经营活动进行指导和监督。乙方应接受甲方的指导和监督。乙方应完全执行甲方提供的《\_\_\_\_\_\_\_公司授权经销店运营手册》。

第十条乙方必须按照甲方的正确要求宣传甲方的公司形象，营运政策和产品。乙方不得擅自印刷、出版任何含有甲方内容的资料。乙方不得擅自在公共媒体做有关甲方内容的宣传。

第十一条乙方不得经销对甲方构成竞争力的其他公司的产品及其他非甲方提供的产品。

第十二条在授权期内，甲方交付乙方使用的所有设备和技术，乙方无权另行转让。乙方擅自处理甲方资产造成的损失，乙方负责赔偿。

第十三条在授权期内，乙方违反甲方管理规定，侵犯甲方利益，甲方有权随时取消乙方的经销资格。由此而给甲方造成损失，甲方有权向乙方索赔。

第十四条在授权期内，对甲方提供给乙方的任何资料、文件等，乙方有义务为甲方保密，不经甲方允许，乙方不得向任何第三方提供。在合作结束时，乙方应将甲方提供给乙方的资料、文件等返还给甲方。

第十五条本合同有效期为\_\_\_\_\_年，自\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日。

第十六条合同执行过程中发生的纠纷，甲乙双方应协商解决。协商不成，由甲方所在地人民法院管辖。

第十七条本合同自甲、乙双方签字之日起生效。

第十八条本和同一式三份，乙方持一份，甲方持两份(总部、分公司各持一份)。

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(盖公章)(盖公章)

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

**营销授权合同范本2**

我公司--服装有限公司应邀参加“---年服装招标选型招标项目”，鉴于我公司目前的营销模式和渠道管理，兹唯一授权商贸有限公司全权代理我公司参与本次投标活动，并按贵公司要求履行后续各项责任、权力及义务，相关协议如下：

一、授权有效期自---年 月 日至---年 月 日止。

二、授权活动内容：代理投标、签订合同、履行合同内容、提供售后服务及按贵公司要求的其它各项活动。

三、授权经销产品范围：

1.授权投标产品商标为“商标1”和“商标2”，此两个商标均由我公司注册，我公司具有合法使用权。如有第3方提出侵权，诸如商标、工业设计和其它知识产权的行为，我公司将出面交涉，承担所有责任。

2. 授权投标产品：--产品1、--产品2。

四、授权经销区域范围：--有限公司及其所辖的各市分公司。我公司对由于授权销售和现有社会销售渠道之间可能引起的所有问题、责任、索赔、监管处理等一切后果负责，如对贵公司造成损失由我公司负责赔偿。

五、授权截止日之后，被授权公司如不能再履行售后服务，则由我公司继续履行各项责任、权力及义务。

六、如发生对该项目授权2家及以上代理参与竞标的情况，我公司承诺针对本项目所有授权无效。

授权公司：(加盖公章)

被授权公司：(加盖公章)

单位地址：

单位地址：

法定代表人：

法定代表人：

授权公司市场代表：

市场代表联系方式：

联系方式：

日期： 年 月 日

**营销授权合同范本3**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(以下简称甲方)

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(以下简称乙方)

甲方与乙方协商，在平等、自愿、诚实、信任、互利的基础上，根据\_有关法律，就乙方加盟甲方，成为甲方的经销商，开拓\_\_\_\_\_系列产品的市场，达成一致协议如下：

第一条经销的授权

甲方兹授权\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_为甲方在\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_地区的经销商，经销甲方的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_系列产品。

试合作期\_\_\_\_\_\_个月，在此期限内，乙方应积极开发市场，产品铺市场率达到\_\_\_\_\_\_%，即A类终端场\_\_\_\_\_家。B类终端场\_\_\_\_\_家。C类终端场\_\_\_\_\_家。

乙方每月向甲方付(汇)款应当超过\_\_\_\_\_万元，并且承诺每过一个月付(汇)款增长\_\_\_\_%，到期自动转为正式总经销商，从此甲方不得直接供货给该地区其他单位或个人。乙方首次现款提货最少达\_\_\_\_\_\_\_\_万元。

第二条保证条款

1.甲方保证其为依法存在、有权签订本协议的法人组织。

2.乙方的营业执照应符合甲方要求，并保证其在经营活动中的真实、合法及有效性。

3.乙方保证甲方不承担乙方与第三方之间存在的任何责任及连带关系。

第三条期限本协议有效期为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年。自\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日起，至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日。

第四条双方责任与义务

甲方：

1.规范市场体系管理，提供技术支持及非保密技术支持文件。

2.甲方有义务提供对乙方销售负责人员产品培训、技术支持等服务。

3.有计划的开展广告宣传、活动推广并事先通知乙方予以配合。

4.监督乙方在履行本协议过程是否正确执行。

5.甲方负责“罗曼特”系列产品的质量，并接受当地行政管理部门的质量检测和监督。

乙方：

**营销授权合同范本4**

甲方： (以下称甲方)

乙方： (以下称乙方)

甲、乙双方为共同开发市场，创造知名品牌，本着合法、公正、互惠互利、共存共荣的`原则，在平等自愿的基础上，就乙方加盟 以及销售牌的产品事宜达成以下协议

一、总则：

1、授权期限

甲方授权乙方作为甲方 产品在\_\_\_\_\_\_\_\_\_省\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_市/地区的授权销售商。

甲方授权期限为 年\_\_\_\_月\_\_\_\_日至 年 月 日止。

2、经营活动

乙方可以用“品牌授权销售商“的名义进行一切合法的商业活动;乙方在宣传其渠道地位时，前面不得冠以其他厂商的名称，如乙方违反以上宣传原则，甲方有权取消其分销商资格。

甲、乙双方各自承担民事责任，相互之间无产权及归属关系。

3、市场保证金(代理启用)

市场保证金是乙方承诺在协议有效期内严格履行本协议的一种象征性保证。金额为万元，签订本协议同时一次\_纳市场保证金。合同期满，如乙方严格履行本协议，甲方将乙方交纳的保证金一次性足额(但不计利息)退还乙方。

4、首批进货：

为保证 品牌的健康经营，确定首批进货金额须达到 万元(￥元整)，在本合同签订后10天内，由乙方一次性付清，甲方在收到乙方货款后10天内负责将首批订货发给乙方，如乙方未能按时支付首批，则本合同自动作废。

5、供货价格：甲方按《 产品价格表》(见附件)之零售价格的 折供货给乙方。

6、结算方式：现款现货，款到发货。

7、运 输：甲方可代办运输，但运输费用及相应的保险金由乙方自行承担，若货物在运输途中产生意外事故，索赔事宜由乙方负责，但甲方应协助乙方进行。

8、订货及换货：对于甲方的新产品，乙方必须按规定订购，发货后10日内如乙方所订购的某个品种滞销，可向甲方申请换货，但乙方必须保证该产品具有二次销售价值(如包装完好、内容物不短缺等)，但其的运输费用由乙方承担。

二、销售任务及销售奖励：

1、销售任务：

乙方在协议期间内的销售任务是： 万元，具体分解为(销售额单位为万元)：

月份合计

销售额

网点拓展

2、销售奖励：

乙方在完成以上销售任务的情况下，由甲方给予相应的销售奖励，销售奖励分为季度返利和年度返利两种形式进行：

季度返利：乙方连续三个月100%完成上述销售任务的，按实际回款的2%作为乙方的广告费用支持，乙方必须提供相应的发票进行报销;

年度返利(按以上年度销售任务)：

年度销售任务完成率在80%—100%以上(即￥ 元)，给予%(￥ 元)的奖励;

年度销售任务完成率在100%以上(即￥ 元)，给予%(￥ 元)的奖励;

兑现方式：销售奖励由甲方在一个月内以等值货品形式予以兑现;

特殊优惠的产品可计入销售任务，但不计入销售奖励。

三、甲方义务和权利：

1、甲方是 注册商标的权利人，自主拥有该商标的知识产权，甲方授权加盟商在协约期内使用 品牌的知识产权(含商标、管理模式);

2、甲方负责 品牌的总体推广、不断的促销活动策划支持和销售、宣传物料的设计、供应，按订购量配送给乙方;

3、如乙方连续3个月现金进货额没有达到本协议第二项之第1点之销售任务量的70%，甲方有权缩减乙方的经营市场区域范围，连续3个月现金进货额没有达到销售任务量的50%，甲方有权单方取消乙方的加盟经营权;

4、甲方在浙江省义乌市为加盟商设立配售中心，提供及时、有效的供货保障并分享规模经营的利益;

5、甲方拥有其所发布资料的最终解释权。

四、乙方的权利与义务：

1、乙方有权在协议区域市场内拓展市场、开办自营店，有权使用甲方传授的市场开发、营销培训、用于区域内甲方品牌产品的销售服务经营活动;

**营销授权合同范本5**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲、乙双方经友好协商，本着平等、自愿、诚实、互惠互利的原则，就乙方代理甲方指定产品在指定地区推广，销售等合作事宜达成如下协议：

1.甲方授权乙方作为\_\_\_\_\_\_\_\_\_年度甲方产品\_\_\_\_\_\_\_\_\_在\_\_\_\_\_\_\_\_\_地区的授权经销商。

2.甲方授权期限为本协议签署日起至\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日止。

3.乙方可以用“甲方产品授权经销商”的名义进行一切合法的商业活动，但未经允许不得用任何具有排它性的名义进行宣传。

4.乙方须在所授权的市场区域内从事市场推广及销售活动，不得越区从事销售活动。对于跨地区销售或不按规定的零售价格销售者，一经发现，将给予警告;对于连续两次违反者，取消当年获得奖励的资格;对情节严重者，甲方有权取消其代理资格和本协议给予的一切权益。

6.甲方拥有\_\_\_\_\_\_\_\_\_产品的价格制定权、发布权和解释权。乙方必须按照甲方规定的市场零售价进行销售。

7.代理价格：

一次进货量不低于\_\_\_\_\_\_\_\_\_套。

一次进货\_\_\_\_\_\_\_\_\_套以下，

代理价格\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/套;

一次进货\_\_\_\_\_\_\_\_\_套以上\_\_\_\_\_\_\_\_\_套以下，

代理价格\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/套;

一次进货\_\_\_\_\_\_\_\_\_套以上，

代理价格\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/套。

8.市场零售价：每套\_\_\_\_\_\_\_\_\_元。

9.结算方式：所有产品现款现货，款到发货。

10.甲方在收到乙方货款后，将在\_\_\_\_\_\_\_\_\_个工作日内将货发出。

11.退货： 因特殊原因，甲方可接受乙方的退货要求，但乙方的退货要求必须在进货后\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内提出，否则甲方可以拒绝;乙方退回的产品及其包装必须达到不影响再次销售的要求，否则，甲方不予退款; 甲方在收到退货并确认符合上述要求后退回货款。

12.甲方向乙方发货时，由甲方负责铁路或公路运输费用和保险费;若乙方对运输工具有特殊要求时，超出的运费由乙方自行承担;退货时，运费及保险费由乙方自行承担。

13.乙方除正常性经营赢利外，可享受甲方给予的定期考核奖励。考核及奖励政策另定。

14.在协议的执行过程中如果出现了战争、水灾、地震等不可抗力，造成损失的，双方互不承担责任。

15.如有争议，双方协商解决;协商不成，可向本协议签约地人民法院提起诉讼。

16.本协议自双方签字盖章之日起生效，有效期满前如双方同意续约，应在本协议有效期届满前\_\_\_\_\_\_\_\_\_个工作日内签署书面续约协议。

17.本协议正本一式两份，双方各执一份，具有相同的法律效力。

18.本协议未尽事宜，经甲乙双方协商另行签订补充协议规定，补充协议与本协议具有同等的法律效力。

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

授权代表(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 授权代表(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

邮编：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 邮编：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

开户行：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 开户行：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

帐号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 帐号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**营销授权合同范本6**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(以下简称为甲方)

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(以下简称为乙方)

甲、乙双方为发挥各自优势，联合开拓甲方之\_\_\_\_\_\_\_\_白酒的销售市场，根据《\_合同法》，双方本着诚信、开拓市场、互利互惠、共同发展的原则达成协议如下：

一、确定销售关系

1.甲、乙双方根据本合同确立销售关系，不经甲方特别书面授权，乙方只有销售甲方产品的权利，乙方无权代甲方做出任何承诺或立下任何债务。

2.乙方与甲方的合作性质为\_\_\_\_\_\_\_\_ 经销商。

二、销售区域、期限

1.乙方销售甲方产品，仅限于在\_\_\_\_\_\_\_\_ (以行政区域划分)内进行销售，不得擅自超出该区域进行销售。

2.乙方若需开辟其它区域市场，须征得甲方书面同意和授权。

3.销售期限：从\_\_\_\_\_\_\_\_ 年\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_日至 \_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_日。

三、销售产品

1.销售产品为甲方现有\_\_\_\_\_\_\_\_ 等系列产品(以下简称产品)，质量及包装标准以产品生产企业标准为准。

2.甲方开发其他新产品，将另行通知乙方具体销售政策，经甲、乙双方同意后可另行签约或以本合同为准。

3.乙方同意按照双方约定的价格体系销售产品(价格体系见附表)。

四、销售目标

1.乙方在本合同有效期限内完成销售目标(指乙方累计购货金额)(见下表)。乙方合同期限内进货金额不得低于\_\_\_\_\_万元/年。分月销售目标分解(见下表)(以当月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日前货款到甲方账上为准)：

(单位：万元)

(第一年)年(分月比例)

合计金额(万元)

2.乙方须完成销售目标，如乙方连续三月购货低于销售目标金额的\_\_\_\_\_\_\_%，或至该月累计未完成目标的\_\_\_\_\_\_\_%时，甲方有权单方终止合同。

(备注：全年分解应按上表所列比例。新开户商家第一次进货，应在此次基础上增加\_\_\_\_\_\_\_万元作为首批进货。)

五、付款方式

乙方向甲方订购产品需将订货总金额的全额货款以现金或汇票先行汇入甲方指定账户。

六、交货和运费方式

1.交货时间：甲方在确认货款到账后十天内发出货物，若乙方订货超过\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_件，甲方以不影响乙方销售为原则分批分期发运。

2.运输工具：经甲乙双方同意以经济安全的运输工具为主，运输手段和工具的选择由甲方决定，但一天以上的长途运输工具以火车运输为主。

3.费用承担：本合同所列双方结算价格已包含货物运到乙方所在地最近铁路到站运费以及货运保险，到站后费用，如中转费、掏箱费、装卸费、短途运输费等均由乙方自行承担。

4.提货验货：乙方提货时，货物破损低于3‰为正常运输破损，损失部分由乙方自行承担，如货物破损超出3‰，应凭铁路部门和保险公司有效证明文件三日内书面通知甲方，甲方协助乙方进行索赔，超过五日视为乙方无异议。

5.乙方在领货凭证上签收后，产品所有权即从甲方转到乙方。

若无甲方书面签章公文许可，甲方任何人员不得随意调货或借货。乙方在经营过程中因铺货及货款回收风险等均由乙方自行承担。

6.乙方收到甲方货物后必须出具加盖乙方公章的收货确认书(传真或邮寄)给甲方，并详细列明所收货物品项、数量及金额;收货后三日内未通知甲方，视为甲方交货正确。

七、甲方的权利和责任

1.权利

(1)对乙方的经营状况，价格执行情况、货物流向有权实施监督管理。

(2)对乙方的经营管理进行指导，如发现乙方在市场运作中有不规范或配合不力的情况，有权向乙方提出合理建议，直至终止合同。

(3)乙方如有违反本合同规定之条款，甲方可以书面形式通知乙方解除合同，并追究乙方违约责任。

(4)甲方可根据市场情况和成本调整产品价格。甲方调整产品价格无需事先征得乙方同意，对乙方对于调整产品价格提出的任何主张不承担责任。

2.责任

(1)甲方提供之产品必须符合\_白酒行业产品质量生产标准，并保证长期、稳定的产品质量。

(2)协助乙方做好市场营销工作。

(3)兑现以书面形式所承诺的各种支持、包括给乙方的补偿、奖励、促销品、广告及营销推广支持。口头承诺无效。

(4)按照乙方的订货要求(货款到甲方账户后)，双方约定的交货地点发运。

(5)如产品滞销是由于甲方供货延迟或根据合同约定甲方提前终止合同时，乙方剩余产品由甲方按原到岸价(根据甲方供货时出具的单据，货号和批次确定)全部收回，使乙方真正实现零风险经营，但包装必须完好无损(以件为单位)。

(6)甲方调整产品价格时，须提前一个月以正式书面通知乙方，书面通知应作为合同附件存查。

八、乙方的权利、责任

1.权利：

(1)如因甲方产品质量原因，乙方可以书面形式向甲方提出退货，经国家质检部门确认后，可以退货。

(2)有权提出对推广市场有益的经营建议。

(3)甲方如有违反本合同规定之条款，乙方书面通知甲方，甲方在\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内据具体事宜进行书面答复，若甲方在约定的时间内不做出书面答复，乙方可以书面形式通知甲方解除本合同。

2.责任：

(1)乙方必须指派专人负责甲方产品的销售，合同签订后十五日内，组建15人以上的营销队伍，配送工具应即时到位，并制定和完善各项管理规章制度，迅速提高服务终端能力。

(2)乙方应缴纳一定金额的市场管理保证金，按照甲方规定的价格、在双方协议的销售配送区域内销售，不得擅自越区销售和低价销售。(见第九条)

(3)产品销售应严格执行双方签订的产品通路价格(附价格表)，如需调整价格应以甲方正式书面通知为准，严禁低价恶性倾销或刻意高价销售。

(4)乙方不得销售假冒甲方产品及成吉思汗系列产品商标、专利之任何侵权产品，如发现有假冒伪劣产品出现，应在及时用书面形式通知甲方(传真或信函)，并协助甲方进行打假活动。

(5)乙方应积极、主动地搞好营销工作，努力完成双方确定的集团购货销售任务。

(见附件四)

(6)做好促销活动的协调、配合工作，包括各职能部门及终端的协调，协助对活动礼品、品尝酒、形象小姐的管理。

(7)严格执行双方确定的任务量和各月订货计划，并作好市场销售预测，确保足够的产品库存，防止市场断货现象发生。

(8)严格按照合同确定的终端数和目标进行铺货(铺货目标见附件)。

(9)乙方应按月提供产品销售报表、库存及对乙方进行考核所需的资料。

(10)乙方与终端签订销售协议时，必须明确给终端配送的白酒产品，应包括\_\_\_\_\_\_\_所有系列酒，并主动协助成吉思汗系列酒的销售。

(11)乙方应收集或配合甲方人员收集的当地市场动态，竞品信息、资料传给甲方。

九、市场管理保证金和保证金管理：

1.乙方承诺应在合同签订后\_\_\_\_\_\_\_天内向甲方缴纳市场管理保证金\_\_\_\_\_\_\_万元，未按期缴纳保证金本合同自动终止。

2.保证金扣除：

(1)乙方不得将产品销到批发市场，如发生，甲方第一次有权扣除乙方保证金的\_\_\_\_\_\_\_%，第二次有权扣除\_\_\_\_\_\_\_%，第三次有权扣除全额并终止销售协议。

(2)乙方应按双方约定价格向各级客户销售产品，如低于该价格，第一次甲方有权扣除乙方保证金的\_\_\_%，第二次有权扣除\_\_\_\_%，第三次有权扣除全额并解除销售协议。

(3)乙方不得将产品销售到约定区域以外的市场，如发生，第一次甲方有权扣除乙方保证金的\_\_\_\_\_\_\_%，第二次有权扣除\_\_\_\_%，第三次有权扣除\_\_\_\_\_\_\_%并解除双方的销售协议。

(4)乙方将甲方产品与仿冒、假劣产品搭配销售，或恶意低价销售冲击甲方重点市场的，甲方有权一次性扣除乙方全额保证金并解除双方销售协议。

3.对乙方市场管理保证金的扣除，不影响甲方对乙方违约行为和侵权行为所造成的损失依法追究其法律责任的权利。

4.市场管理保证金不计息。

5.市场管理保证金退还：如乙方在合同期内无上述违约行为，甲方应于合同终止后\_\_\_\_\_\_\_天内全额返还乙方保证金;否则，双方在合同终止后\_\_\_\_\_\_\_日内结清余下保证金。

十、商标及其它知识产权

甲方的注册商标、专利、公司名称等一切知识产权，均属甲方所有，虽有本合同签订，但甲方并未授权乙方使用甲方注册商标、专利、公司名称以及其它甲方所享有的知识产权，除经甲方书面许可，乙方不得擅自使用，否则，方将依法追究乙方侵权责任。

十一、 签名及盖章

1.本合同或本合同的补充协议(或附件)及在履行本合同过程中对双方权利义务所达成的新约定，均应为书面形式并有甲、乙双方法定代表人或其授权人签署，并加盖合同专用章或公章; 否则，该合同或文件无效。

2.所有甲方驻乙方区域业务人员或其他人员的行为必须以本合同为准，对超出本合同约定且无甲方特别授权的任何行为产生的后果，甲方不承担相应的法律责 任;甲、乙双方均不得以对方业务人员或其他公司员工的口头承诺作为改变本公司约定事项的依据，若确需增加内容，须经双方同意，且以书面形式补充加盖公章作 为合同附件。

3.乙方在未取得甲方书面盖章公文同意时，任何甲方人员向乙方的借贷行为均属于其个人行为，甲方不承担任何由此产生的一切后果和责任，乙方有权向该个人追索其个人欠款。

4.本合同签订之日起\_\_\_\_\_\_\_日内，乙方向甲方汇出首批进货款，超过期限视为自动放弃，本合同自行终止，经双方协商、确定首批进货金额不低于\_\_\_\_\_\_\_万元。

十二、违约责任

1.乙方违反本合同关于价格和区域的约定，可以根据第九条的约定处理。

2.双方的任何一方行为构成为违约，对方可以依法追究其违约责任。

3.解除合同的书面通知到达对方，合同解除。约定以外的其他原因需要解除合同，必须经双方协商一致，否则视为违约，赔偿对方因此所受的损失。

4.其它违约责任按《\_合同法》的相关规定精神执行。

十三、其他

1.本合同经双方法定代表人或授权人签名并加盖合同专用章或公章后生效。本合同生效后，将取代合同生效前的双方的所有洽谈协议和以前甲、乙方签订的各类合同和约定。

2.本合同未尽事宜，双方协商形成合同附件，并经双方签字盖章后具有同等法律效力。

3.如甲、乙方在经营合作过程中发生争议和纠纷，应友好协商解决，如协商不成，双方同意由甲方所在地法院管辖。

4.本合同(连同附件)一式肆份、甲方、乙方各持贰份，具有同等法律效力。

甲方名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

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

客户经理：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：(手提)\_\_\_\_\_\_\_\_\_

开户银行：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_开户银行：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

帐号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_帐号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

税号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_税号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签约地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_签约地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

**营销授权合同范本7**

甲方：

乙方：宜昌市国大房产经纪有限公司

经双方友好协商，甲方现委托乙方独家代理销售甲方物业，达成以下协议：

一、委托内容和要求

1. 委托项目：①名称:平湖天下3期 ②位置：

2.委托期限：从20\_ 年 2月 1日至 20\_年 3月 日。

3.委托性质：独家代理，即代理期内夷陵区范围内的所有销售不论以何种方式进行，均计入乙方销售任务。

4.甲方认可乙方的工作，合同必须执行。但不论合同是否延续，此前已售部分，均按合同有关条款规定结算支付乙方销售佣金。

二、销售价格及代理佣金结算支付

1.结算底价元/平米，超出部分归乙方所有(作为佣金)。

2. 佣金提成：甲方收到客户首期楼款，即纳入结算范围;佣金按元计提。

3.代理期内，签订买卖合同当日内甲方必须将结算之佣金支付现金或汇入乙方指定帐号。

4.给客户以特殊让利的处理办法：在实际操作过程中如超出付款方式之外给客户优惠时，采用谁承诺谁负责。即甲方承诺让利部分由甲方负责，乙方仍按标准成交额计提佣金，乙方承诺则从销售佣金部分扣除。

5. 若买家签署《认购书》后悔约，其销售收入不计入乙方的任务指标。《认购书》定金将由甲方没收，其定金甲、乙双方各占50%。

6. 佣金均按成交价1%进行结算。

三、甲方责任

1. 本协议书签订后，甲方负责向乙方提供有关本项目的详细资料，包括规划许可证、投资许可证、发展商营业执照、商品房预售许可证等。

2. 甲方负责制订本项目销售底价和付款方式及优惠办法，同时向乙方提供下列资料： ①售楼书和价格表;

②售楼须知和付款办法及优惠办法;

③本项目销售进度表(截止日期为 年 月 日)

3. 甲方应及时对乙方提供的意见作出回复。

4. 由甲方承担其自行决定的广告宣传费用。

5. 负责在工作、公共关系等方面配合乙方销售的需要。

6. 负责对乙方营销策划方案的落实情况进行监督检查。

8. 乙方联系的客户，统一由甲方为其办理购房手续。包括签订购房合同和收取楼款。

9. 认真履行向乙方和客户的承诺,保证依时将 交付使用。

四、乙方责任

1. 本协议签订后，乙方即时策划本项目之推广工作，根据甲方提供的有关资料，负责本项目的市场营销策划及推广计划。

2. 乙方自行设计宣传资料，其印刷费用由乙方负责。

3. 乙方的销售宣传及对客户的承诺必须是甲方认可的条款，不得夸大或欺骗客户。

4. 负责销售人员的招聘、管理及业务指导，并负责由此引起的一切法律及经济责任。

5. 乙方需要寻找分销商时，分销商的所有利益分成或费用支出均由乙方自行支付，由此引起的一切法律及经济责任由乙方承担。

6. 严格按甲方提供的楼价表、付款办法及优惠办法进行销售。

五、违约责任

1.乙方不得向客户宣传或承诺与甲方所提供的资料内容不符的信息，否则自行承担其后果。

2.乙方不得挪用客户上交的房款，否则甲方有权即时中止乙方销售代理权，并对挪用部分每天按挪用金额的1%对乙方进行罚款。

3.乙方不得以甲方承销商之名义从事任何侵犯甲方合法权益和 损害甲方形象的违法活动。如果由于乙方的行为给甲方造成的经济损失，乙方要承担全部经济和法律责任。

4.甲方不得延误支付乙方的佣金，否则，乙方每天按佣金的向甲方收取滞纳金;同时乙方有权单方面停止销售工作，并通过法律手段追索乙方的合理所得。

5. 甲方独自承担由于未能承兑对客户的承诺而引起的纠纷和经济责任。如：未能按时交楼、房屋质量有问题、面积误差、承诺的生活服务设施未能配置以及各种费用的收取等。

6. 甲方必须配合乙方销售工作，包括收款、签订《认购书》、《合同》等，如因甲方原因，造成无法成交，由此造成乙方不能在规定的时间内完成相应的任务，则责任全部由甲方负责。

六、其他

1.本合同一式四份，甲乙双方各执二份,具有同等法律效力。

2.甲乙双方竭诚合作，未尽事宜协商解决。如发生争议，经过协商不能解决，可通过向人民法院起诉。

甲方：

法人代表签字盖章：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方： 宜昌市国大房产经纪有限公司

法人代表签字盖章：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

日期： 年 月 日

**营销授权合同范本8**

编号：渝房中介（\_\_\_\_\_\_\_\_\_）字［\_\_\_\_\_\_\_\_\_］第（\_\_\_\_\_\_\_\_\_）号

甲方（委托方）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

营业执照注册号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方（受托方）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

营业执照注册号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

资质等级及证号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/㎡；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：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日 \_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

签约地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 签约地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

注册房地产经纪人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

委托代理人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

房地产经纪人协理：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

签约地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**营销授权合同范本9**

甲方：

地址：

法人代表：

电话：

传真：

乙方：

法人代表：

电话：

甲乙双方根据《^v^合同法》、《^v^城市房地产管理法》及相关法规、条例规定，本着诚信原则经友好协商就甲方委托乙方策划及代理甲方所开发项目有关事宜达成如下条款，以兹共同遵守。

一、项目概况：

项目名称：

项目性质：

项目位置：

建筑面积：

物业套数：

二、合作方式与代理范围：

甲方委托乙方进行该项目独家销售代理

三、策划代理范围：

乙方负责该项目的前期市场研究、后期销售策划及房屋销售的工作，对该项目 / 套物业、面积约为 / 的住宅。

注：具体面积以施工图为准，施工图复印件见附件四并以施工图表示物业面积/套数作为佣金结算面积

四、委托条件：

1)甲方委托乙方为该项目独家销售服务，合作期间甲方不得委托任何第二家公司代理本项目。

2)合作为前期(市场研究)与后期(销售策划、房屋销售)两部分，简称前期与后期，服务内容清单见附件一。

3)乙方各种销售准备工作按计划全面展开，乙方按照与甲方所商定的售楼条件进行销售。

4)乙方遵守为甲方保密的原则，所有客户资料及甲方相关资料未经甲方允许不得向其他人提供。

5)甲方对项目销售单位提供银行按揭，住宅不少于7成20xx年，若遇银行按揭政策发生变化则甲乙双方需重新制定销售进度。

五、甲方责任：

1)签定合同时，甲方有义务向乙方提供相应的资料、信息支持，有义务参加乙方召开的市场研究、信息收集的回议，双方以会议记要形式进行记录。

2)甲方须于正式开始销售前一个月办理完项目交接相关法律文书，达到商品房销售条件，售楼处交付使用前一个月，以入场通知单的书面形式通知乙方筹备相关销售事宜(通知单格式见附件二)。

3)甲方交付乙方使用的样板间装修标准不得低于交房标志平米(含装修与家私);售楼处面积不少于300平方米。

4)乙方人员驻场一周内，甲方须明确至少二家以上银行作为本项目按揭银行并保证按揭手续正常办理。

5)甲方在乙方收集客户按银行规定提供全按揭资料的情况下，完成银行按揭、公证等事项。

6)甲方配合乙方准备销售资料、销售合同、推广活动及制定整体销售策略，参照乙方建议确定各期推出楼盘单位。

7)甲方须于每月3日前，核对、审批完毕并支付乙方上月应结算佣金……

8)甲方负责项目现场包装工程，承担推广广告宣传、广告商服务费，及销售现场与包装装修、项目现场包装、沙盘制作及必备宣传品制作、推广发单员工资、展会展示相关费用。至销售完毕费用总额原则不低于计划销售总额的，此费用专款专用。如遇市场变化双方协商调整广告费用比例。

9)甲方提供的售楼处，须配备相关之办公设备与耗材及接待、通讯条件。甲方负责售楼处的设计、施工、装修并承担费用;负责购买家俱电器(电视、音响等)、安装售楼处电话、宽带、空调;负责购买办公设备(电脑、打印机、传真机、复印机等设备)，负责售楼处电话费、水电费、冷暖、清洁、保安。

10)甲方指派有关人员协助乙方销售工作，并于2个工作日内回复乙方提交的工作联系单(工作联系单格式见附件)

11)甲方财务部积极配合乙方销售工作，及时核对乙方佣金并保证每月3日前结算乙方佣金;现场若产生销售情况且乙方通知甲方财务部(含公休日)，甲方财务人员须及时至现场收取相关费用;财务部对销售人员提供甲方公司财务知识培训。

12)甲方工程部保证施工进度正常进行，并为销售提供工程答疑。甲方有责任提供准确的书面图则、资料以供乙方进行答客问编写，如有变更必须书面通知乙方，否则责任由甲方负责。

13)甲方指定专人成立客户服务部处理客户纠纷。

14)甲方与乙方合作期间至合作终止一年内，甲方未经与乙方协商同意不得雇佣乙方员工(含从该项目组辞职或辞退的乙方员工)，同时乙方有权撤场终止服务。

六、乙方责任：

1)合同签订后，乙方组成一周内组织相关工作人员成立项目组，开展前期工作。并按附件一的服务清单进行前期研究工作，并提按时提交前期各报告。

2)开售前三个月，收到甲方的通知单(附件二)乙方负责派驻销售现场营销总监、数据经理、销售人员进场工作。

3)乙方依据项目情况如实向甲方提交项目销售执行方案。

4)负责制订整体销售计划

5)乙方按照与甲方所商定的合法售楼条件进行销售。

6)保证服务工作质量，乙方工作人员遵守甲方所制定的例会制度。

7)乙方以甲方销售部名义对外销售，负责销售中心行政管理规章制度、业务管理规章制度、业务操作流程(包括合同管理、财务管理、客户管理、投诉管理)及基础性支持业务文件与表格，每日整理按月上报。

8)乙方负责售楼日常保洁保安的监督工作。

9)按时定期(每月)向甲方提供本项目销售情况分析报告。

10)负责销售人员销售手册的设计和制定(包括销售人员对产品的介绍、答客问等)，所有销售手册内容必须在甲方签字认可后实施。

11)销售人员不得向客户许诺超出甲方范围的承诺，无法确认、不清楚事项须经甲方确认方可对外发布。

12)认购本物业单位的《认购协议书》直接由甲方签订，定金由甲方收取。

13)乙方在项目正式销售前一个月与甲方商定项目销售计划、进度、价格等，其中销售任务半年考核一次。乙方配合甲方增加的年度或半年度任务要求，但此任务要求不列入考核内容，对乙方销售考核仍以销售计划为准。

14)代理期内经双方协商确定的价格和折扣率，乙方不得以任何理由变更。若因市场状况须变更，则乙方须与甲方进行沟通并由甲方书面确认，以便对外统一宣传。

15)乙方遵守为甲方保密的原则，所有客户资料及甲方相关资料未经甲方允许不得向他人提供。

16)若甲方当月佣金未按全额为乙方结算，乙方有权暂时退场并拥有追究未结佣金的权力;若甲方不予以结算当月佣金，乙方有权暂停服务直至甲方付清所欠款项

七、代理程序及指标界定：

1)客户所缴付的定金、首期款及楼款由甲方收取并开具收据，正式买卖合同在甲方处签订，房款由购买方直接汇入甲方指定帐号，并由甲方办理相关财务手续，乙方协助甲方与客户签订正式《商品房买卖合同》及购买文件。

2)销售任务指标的界定：客户交纳定金、签定《认购协议书》视为完成销售任务，销售任务中的面积统计以此为准。

3)结算指标的界定：

n银行按揭：客户交纳购房款并签订《商品房销售(预售)合同》，乙方负责收集银行规定的客户按揭资料提交甲方客服人员，且银行按揭款项进入甲方账户时方为销售完成，甲方据此给乙方按照合同总额结算佣金。(按揭资料交接单见附件三)

n一次性付款：客户签订《商品房买卖合同》，并按照合同规定交纳不低于合同总额40%的购房款，即视为销售完成，甲方据此给乙方按照实缴款额的100%结算佣金。

4)销售价格：甲乙双方根据市场、销售时期、销售量共同制定，于项目入市前一个月提出详细可行的定价策略、价格方案操作模式，经甲方签字确认后执行，并作为此期房源的底价依据执行核算。

5)销售任务：项目采取分期开发模式，每期推出房源在具备合法销售条件时起，一年内完成本期推出量的90%;

八、服务费

1)前期服务费为10万元，过渡到后期销售执行服务，本项服务费首次结算销售佣金时中扣除。

2)后期服务费(销售佣金)的收取方式：乙方销售佣金按项目销售总额的收取。结算指标达到本合同(第七款第三条)结算指标的界定。结算100%佣金。如在约定的期限内完成销量(见第七款第5条)，佣金按总销额的进行结算;完不成销售任务时，每低10%降低的\'佣金，低于销售任务的40%时，不计佣金。

3)销售溢价的收取：销售溢价甲甲乙双方82分成，结算指标达到本合同(第七款第三条)结算指标的界定，按开盘前双方签字的底价表按套同销售佣金同期结算。

4)结算方式：

签定本合同时支付前期服务费5万元，研究报告提供完毕支付余下5万元。

代理佣金每月乙方于上月30日之前上报本月结算费用表，甲方于三个工作日内审批完毕后，并在下月5日前向乙方即期支付上月代理佣金及溢价。

5)客户界定：

6)双方合同期内的所有签约客户均属乙方有效客户;若客户签署《认购书》后毁约，定金将作为补偿之罚金，甲方占50%，乙方占50%;甲乙双方同意客户退房和不能办理按揭贷款的，乙方不计佣金和销售任务指标;对因甲方原因造成的客户退房与乙方无关，其相应佣金不扣除。

九、合同有效期

甲方建设项目达到法定销售条件后36个月。

十、合同的更改

1)若项目性质更改，甲乙双方须就改变情况重新签订合同。

2)若因乙方前期调研不能起到产品定位、目标客户确认、新产品设计依据等关键性作用，甲方未采用乙方的报告时，甲方可以单方面解除本合同，另行选择营销策划公司;

3)在后期代理销售过程中，如因乙方公司、个人或其他原因导致营销策略不当，现场执行不力，拖延销售最佳时机，经甲方提醒，乙方未能及时采取弥补措施给甲方营销工作带来较大影响时，甲方有权撤换销售代理公司，终止本合同，并保留追偿损失的权力。

4)若甲方在乙方完成相应阶段任务的情况下，未按合同规定按时支付乙方服务费，乙方有权收回其提交的本项目所有策划方案及设计方案的所有权，甲方在任何场合下均不得使用，同时乙方有权停止开展销售工作，因此造成一切损失由甲方承担，乙方有权向甲方要求赔偿。

十一、合同的终止

1)合同生效后，如因任何一方提出终止合同，提出方赔给对方壹拾万元赔偿费，因不可抗力造成的本合同终止，双方不承担责任。

2)甲乙双方应全面严格履行合同内容，其中一方未履行职责时另一方有权通过书面方式提前向对方提出解除合同提议，由双方协商解除合同。

3)甲乙双方友好协商不成，可向项目所在地法院提起诉讼。

十二、本合同一式肆份，双方各执贰份，自双方代表人签字盖章之日起生效。

十三、本合同未尽事宜由双方协商解决。

附件一：服务清单

附件二：入场通知书

附件三：工作联系单

附件四：按揭资料交接确认单

附件五：施工图复印件、产品复印件

附件六：施工单位关于封顶、交房等复印件

附件七：物业均价表

甲方：乙方：

代表人：代表人：

年 月日 年 月 日

**营销授权合同范本10**

甲方：

乙方：

甲、乙双方经友好协商，基于平等、自愿、诚实信用的原则，并根据国家有关法律、法规之规定，订立本合同。

第一条合同目的

鉴于乙方在房地产行业上拥有非常丰富的经验和专业知识，本合同签订的主要目的是乙方利用其在房地产行业上丰富的经验和专业知识为甲方投资开发的 “XXXX”(暂定名)旅游度假酒店项目(以下简称“项目”)进行市场分析与研判、卖点梳理与核心价值的归纳得出最精准的市场定位、产品定位及产品细分并指导设计公司调整出最佳总平与户型、景观等方案;制定出最佳的营销策划方案(包括价格定位和执行方案等);提供最佳的物业(增值)服务建议，以便本“项目”适应市场需求适销对路和实现经济回报最佳的效果。

第二条 乙方服务内容及服务费

为实现甲乙双方经多次协商确定的本合同第一条合同目的，乙方服务内容包括但不限于以下三个阶段：第一阶段，乙方通过市场调研与分析提供精准的市场及产品定位思路并对项目原方案作出评估意见和指导设计公司调整出项目的总平方案、户型方案(并尽量确保原规划面积不减少)、景观方案、广告等相关方案;第二阶段，制定出最佳的营销策划方案，应包括对区域市场及SWOT分析等综合分析后提出的营销执行策划案，价格定位，第三阶段提供最佳的物业服务建议。三个阶段的具体服务细则提纲以下述各阶段内容为准，并提出对应研究报告(注须有必要的数据支撑和推理与专业判断)，完成本合同目的工作内容的全部服务费共计 XXX元人民币。

第一阶段:提供精准的市场及产品定位方案

市场及产品定位方案包括但不限于以下几个方面的阐述：

1、从市场细分的角度对本项目及产品定位。

(1)心理需求细分。结合成都人不同的生活方式和个性等实际情况，分析本项目潜在消费者的心理需求。(2)家庭组成细分。结合成都市的家庭数量及结构等实际情况，从一个家庭的角度分析本项目潜在消费者的心理需求。(3)地理环境细分，包括自然地理环境、经济地理环境和人文环境方面内容。结合本项目所处的地形、地貌、气候条件、距离市中心的远近、交通便利、文化教育情况等实际情况，分析本项目潜在消费者的心理需求。

2、根据市场调研情况对本项目及产品定位。

对整个市场(包括周边市场)竞争的情况，竞争对手的楼盘类型，销售，潜在目标人群的需求等进行充分的调研后，结合调研的情况对本项目及产品定位。

3、从本项目品牌形象的角度对本项目及产品定位。

结合绿色家园，包括园林生态，体育健身、休闲、养生、美食、医疗保障、物业特殊服务、文化氛围等方面分析本项目潜在消费者的心理需求。

4、结合本项目真正的卖点对本项目及产品定位。

根据本项目的实际情况，对本项目文化定位，以突出本项目所蕴涵的文化氛围;对本项目智能化定位突出小区的\'设施和物业管理的智能手段;概念定位突出感性消费时代的概念营销等。总之运用乙方的丰富经验和专业知识，分析出本项目及产品与众不同的特色。

5、通过上述市场、卖点、功能、产品及细分定位工作后，对甲方项目已有的总平及户型、景观、广告等方案，进行评估，提出调整意见，并与甲方一起参与和对应设计公司的各种工作讨论，共同修订出修改调整方案。

第二阶段：制定出最佳的营销策划方案。

营销策划方案包括但不限于以下几个方面的阐述(顺序可按实际重新排列)：

1、基本面陈述

2、本项目独特的资源分析

3、物业管理的描述

4、营销主题方案

5、营销战略总体构想

6、工作重点

7、市场分析

就成都市及 等房市进行深度调查分析。

8、项目分析

(1)本项目概况;(2)本项目优势分析;(3)本项目劣势分析。

9、市场定位

(1)目标客户定位;(2)价格定位。

10、宣传工作安排

11、推广基础部分设计思路

12、广告计划

13、分阶段广告策略与主题

14、媒介策略

15、媒介选择标准

16、媒介组合

17、广告发布时机

18、营销全环节作用

19、营销整合

20、开盘销售促进

21、本项目销售体系

22、销售阶段与目标

23、前沿强销期

24、持续强销期

25、销售中心效能管理

26、销售管理

27、售楼部职能

28、销售体系架构及职能

29、绩效考核

30、营销及兼职业务人员奖励实施办法

31、协助甲方全过程对售楼部装修调整、软饰和沙盘、楼书、DM单、3D 动画、户外广告，卖场体验和样板区的体验等给予详细建议，和对营销人员进行必要的培训等。

第三阶段：提供最佳的物业服务建议。

结合本项目实际情况，根据潜在业主的心理需求，提出最合适本项目的物业服务建议。

第三条 阶段性工作成果的提供期限和验收程序及费用的支付。

1、本合同签订之日期 30 日内，乙方向甲方提供本项目精准的市场及产品定位方案，其中书面报告各壹式贰份(加盖单位公章，本合同上确定的工作联系人签字)及相应的电子版一份。甲方收到该方案5个工作日内经审核初步认可后，书面签字确认。如没有书面签字确认，则视为不同意乙方提供的方案。经甲方提出意见后，乙方可予以修改，直到方案经甲方书面签字同意为止。第一阶段的方案经甲方同意后，5个工作日内，甲方将 元( 万元整)人民币支付到本合同乙方确定的账户上。本合同签订之日起45日内，乙方向甲方提交的本项目的市场及产品定位方案仍不能获得甲方的书面同意，则甲方有权单方面通知乙方解除本合同，并不支付乙方任何费用。在乙方协助甲方与对应的设计公司调整出总平、户型、景观、广告方案后5个工作日内甲方将 元( 万元整)人民币支付到本合同乙方确定的账户上。

2、第一阶段的方案经甲方同意之日起30日内，乙方向甲方提交本项目最佳的营销策划方案，其中书面报告各壹式贰份(加盖单位公章、本合同上确定的工作联系人签字)及相应的电子版一份。甲方收到该方案5个工作日内经审核同意后，书面签字确认。如没有书面签字确认，则视为不同意乙方提供的方案。经甲方提出意见后，乙方可予以修改，直到方案经甲方书面签字同意为止。第二阶段的方案经甲方同意后，5个工作日内，甲方将 元( 万元整)人民币支付到本合同乙方确定的账号上。第一阶段的方案经甲方同意之日起45日内，乙方向甲方提交的本项目最佳的营销策划方案仍不能获得甲方的书面同意，则甲方有权单方面通知乙方解除本合同，并不支付乙方第二阶段(含第二阶段)以后的任何费用。在乙方协助甲方和对应的设计公司调整出沙盘、楼书、DM单等VI系统和销售体验方案后5日内甲方将 元( 万元整)人民币支付到本合同乙方确定的账户上。

3、第二阶段的方案经甲方同意之日起30日内，乙方向甲方提交本项目最佳的物业服务建议，其中书面报告各壹式贰份(加盖单位公章、本合同上确定的工作联系人签字)及相应的电子版一份。甲方收到该方案5个工作日内经审核同意后，书面签字确认。如没有书面签字确认，则视为不同意乙方提供的建议。经甲方提出意见后，乙方可予以修改，直到建议经甲方书面签字同意为止。第三阶段的建议经甲方同意后5个工作日内，甲方将 元( 万元整)人民币支付到本合同乙方确定的账户上。第二阶段的方案经甲方同意之日起45日内，乙方向甲方提交的本项目最佳的物业服务建议仍不能获得甲方的书面同意，则甲方有权单方面通知乙方解除本合同，并不支付乙方第三阶段(含第三阶段)以后的任何费用。

4、甲方项目一期开盘销售70%后，一次性支付 元( 万元整)人民币到本合同乙方确定的账户上。

5、乙方指定账号：

开户行：

开户名称：

账号：

开户行地址：

第四条 权利义务。

1、甲方的权利义务

(1)乙方所提交的工作成果是否合格，由甲方决定。

(2)甲方有义务根据本合同的约定按时、足额的向乙方支付服务费用。

(3)甲方仅向乙方提供本项目本身的相关资料，其他基础资料包括市场调研等应由乙方独立完成。

2、乙方的权利义务

(1)乙方须为本项目的顺利执行而成立专门的项目小组，小组成员在房产行业须具备非常丰富的专业知识和经验。

(2)乙方须与甲方保持密切联系，对甲方提供的与本合同履行有关的各项合理要求应积极配合和必要的现场指导。

(3)乙方应保证所提交的服务内容真实可信，并确保方案和建议的及时性，同时确保方案和建议的质量和深度。乙方提出的方案或建议等工作成果虽经甲方签字同意，对甲方未能一次性提出的修改方案及意见也应认真考虑并作出调整方案，否则甲方有权通知乙方解除本合同。

(4)乙方有权根据本合同的规定按时、足额的从甲方取得本合同约定的服务费。

(5)成立专门项目管控小组，为保证项目按质按量推进项目并整体把控，由易帅担任项目总负责，并组建项目执行团队。

第五条 违约责任。

因任何一方的过错给对方造成损失的，应承担赔偿责任

第六条 保密条款

1、乙方向甲方提交的方案或建议等的知识产权均归甲方所有，甲方享有自由处置的权利。乙方对上述方案和建议的内容进行保密，保密期至本项目正式交付给业主之日的三个月内。

2、乙方应对甲方提供给乙方的资料、文件等采取保密措施，否则乙方无条件承担全部责任及后果。

3、乙方承诺为甲方提供的信息途径、各类资料、报告及工作成果等均符合法律规定，如侵犯任何第三方权益的由乙方承担责任，与甲方无关。

第七条 其他

1、甲乙双方分别指定的联系人为： 与 。

2、本合同未尽事宜，双方另行签订补充协议

3、本合同如发生纠纷，双方应协商解决，如协商不成，可向甲方或乙方所在地人民法院起诉。

4、本合同中所列出的双方的通讯地址为双方的有效通讯地址，合同任何一方均可按该地址向另一方送达涉及合同各方权利义务的通知，另一方拒收或被邮局退回的，均视为一方的通知已有效送达到另一方。

5、本合同自甲、乙双方签字或盖章之日起生效。

6、本合同一式肆份，双方各执贰份，具有同等法律效力。

甲方：

签约日期：

乙方：

**营销授权合同范本11**

甲方：

乙方：

>第一条：

>第二条：甲方权利和义务

2.按本合同附件载明的付款金额及方式支付服务费用。

3.甲方提供的资料必须准确，真实、有效，如因甲方提供虚假资料造成的损失，责任由甲方承担。

4.乙方为甲方提供技术服务期间，为明确乙方服务身份，甲方站点首页页脚处需加注乙方标识及链接。

6.甲方不以任何形式拖欠乙方业绩提成费用，按业绩到款及时付给乙方规定的佣金

7.如市场价格发生变动，甲方不能任意降低乙方的业绩提成比例，需和乙方协商。

>第三条：乙方权利义务

1.依合同约定，收取相关费用。

**营销授权合同范本12**

合同编号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

地址： \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

邮编电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方： \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

邮编电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

第一条合同项目

**营销授权合同范本13**

甲方：\*\*\*\*\*\*

乙方：\*\*\*\*\*\*\*

甲、乙双方在自愿、平等、互惠互利的基础上，根据《^v^民法通则》和《^v^合同法》及相关规定，就甲方委托乙方为甲方所开发经营或拥有的 （地块编号，实际名称以地名办核准为准，以下简称为本案）提供营销策划服务事宜，经友好协商，达成如下条款，以资共同遵守。

1. 定义

营销策划服务：指是受托方为委托方提供决策参考，其中相当大一部分属软科学研究，凡属工程设计、工程验收、技术转让等实质性技术活动不属此类合同调整。它主要发生在项目营销实施之前及其中。其次，房地产开发项目营销策划属于决策服务，合同履行的结果仅为委托方可供选择的方案报告及企划设计。除合同另有约定之外，委托方将受托方提出的咨询报告和意见付诸实施所发生的损失，受托方不承担责任。受托方负责提供该项目营销策划方案、广告企划设计服务，并按合同约定收取费用的行为。

服务规范：乙方向甲方提供的服务应紧密配合甲方项目营销推广需要，应对甲方实现项目销售目标形成帮助，服务过程中乙方应积极响应并严格按甲方要求的质量及进度，完成服务范围内甲方交付的各项工作，甲方将视乙方服务的成效结果、工作进度及服务态度评估考核乙方服务品质。

商业秘密：是指不为公众所知悉、能为权利人带来经济利润、具有实用性，并经权利人采取保密措施的技术信息和经营信息。

2. 物业概况

楼盘位置：系指位于 ，甲方所属房地产项目。

甲方已通过土地有偿转让，合法取得本案的土地使用权证和规划许可证，并依法开发，建筑物性质为 。

3. 服务方式、服务期限、服务内容

服务方式：甲方委托乙方提供本案的营销策划服务。

服务期限：自 年 月 日至 年 月 日止，共一年时间。乙方应当于 年 月 日向甲方提供策划方案书面报告。

服务内容：详见本合同附件四。

4. 服务价格及费用结算

本案营销策划服务费用为人民币 万元（大写： 元整）。该等费用已包含策划人工费、税金等一切费用且不因任何因素上浮。

双方同意费用结算方式为合作期间，在乙方完成甲方下达的月度营销策划服务工作，并得到甲方书面确认前提下，甲方每月15日前支付乙方服务费人民币 万元/月（大写： 元整/月）。

乙方必须在甲方支付服务费前的十五天提供等额服务费发票，甲方确认发票及乙方帐户信息到位的情况下，在约定时间内支付服务费。

5. 双方权利义务

甲方权利义务

甲方应积极配合乙方策划工作，及时向乙方提供与本合同有关的本项目营销策划所需且甲方认为必要的各类资料，以及甲方认为应告之乙方的本项目进展情况和成交客户分析数据等信息，并对资料的合法性、真实性、准确性和完整性负责。

甲方有权对乙方递交的策划方案、广告文案、平面稿进行修改、调整，或要求乙方予以修改或调整配合，乙方应积极配合完成。对于乙方递交的工作成果，甲方认为符合要求的，应予以书面确认；对于甲方认为不符合要求的，甲方有权要求乙方修改完善直至甲方认可。

甲方专人负责接口工作，应尊重乙方的专业知识和能力，并给予乙方合理的作业时间。按双方商定的计划对乙方提交营销策划方案等进行审核，明确表述修改意见。甲方授权人员的签字相当于甲方公司认可。

甲方总协调人为 ，该总协调人对于乙方需确认的各项内容签字后即视为甲方确认，该总协调人如有变动，甲方须提前7天通知乙方。

甲方应承担销售道具、销售资料的制作费用，对外导示系统和媒体的制作及发布等推广费用。

甲方将按月对乙方的服务品质进行综合考评，考评内容包括乙方的策略把握、出品质量、工作效率、工作完成情况及人员服务态度等各方面甲方认为需要考量的因素，综合评分低于甲方设定最低标准的，甲方有权扣付乙方月度服务费用，并要求乙方限期整改，具体考评细则双方另行协商。

乙方服务品质如持续不符合合同约定及不能被甲方认可，乙方应及时改进服务品质；如乙方服务品质连续两个月达不到合同约定及不能被甲方认可，则甲方有权单方面终止本合同，后续服务费不再支付，但已提供的服务应在合同提前终止后20个工作日内付清费用。相关程序甲方将以书面告知函形式通知乙方。

因乙方服务质量、效果及进度问题，给甲方造成重大经济损失及重大影响甲方企业及项目形象的，甲方保留追究乙方相关责任的权利。

乙方权利义务

乙方全权负责合同期内本项目的营销策划工作（详见附件二之服务内容），乙方执行合同的内容形式为例会、现场调研、出具报告等。甲方不承担由于工作委托而产生的超出合同约定范围内的\'费用。

专案小组的工作人员日常支出费用由乙方自行负责。

本合同执行中，乙方所有策划方案及相关建议均以书面形式向甲方汇报。乙方创意的广告企划内容须经甲方指定人或总协调人确认。

乙方明确知道本次营销策划服务目的是为了促进本项目的销售。乙方项目人员应到现场了解一线销售情况，协助甲方对销售人员进行相关培训或会议，积极参加甲方之营销会议，做到务实有效。

乙方应为甲方保守项目和营销方案、销售数据等商业秘密以及业务过程中知悉的其他甲方之商业信息。

乙方的总协调人为 。该主要负责人如有变动，乙方应提前7天书面通知甲方，并征得甲方同意。

乙方专门成立项目小组（见附件二），小组整体服务于甲方并保证小组成员的相对稳定。人员如有调整，乙方需书面通知甲方，并征得甲方同意。

为加强服务质量，乙方对项目服务人员设立服务激励考评制度，甲方每月1日前对乙方服务进行考评，并将考评单反馈乙方，以方便乙方能按时完成月度考评工作。

合作期结束后，乙方仍需完成甲方在合作期内提出的本合同服务内容以内的工作任务。

6. 违约责任：

甲方应按照本合同规定，按时向乙方支付费用，以便乙方正常展开工作，否则乙方有权在半个月后停止或推延后续工作进程。

乙方如果不能按照本合同约定的时间提供策划方案书面报告的，每逾期一天，应当支付本合同总价款 %的违约金。逾期超过七个日历日的，甲方有权立即解除合同并要求乙方支付本合同总价的20%作为违约金。

乙方提供的策划方案书面报告不能达到甲方要求的，乙方应当在甲方要求的时间内无偿整改直至达到甲方要求。否则甲方随时有权解除合同，并要求乙方承担本合同价款30%的违约金。

乙方不得将本合同中的全部或部分工作委托他人（甲方书面同意的除外），否则甲方有权解除本合同并要求乙方承担本合同价款的30%作为违约金。

乙方应为甲方保守项目和营销方案、销售数据等商业秘密以及业务过程中知悉的其他甲方之商业信息，未经甲方书面同意，不得向任何第三者披露该等信息，也不得用于与完成本协议规定的委托事项无关的任何其它目的， 否则甲方有权解除本合同并要求乙方承担本合同价款的30%作为违约金。

如未征得甲方同意擅自调整小组成员，则每人次乙方应当承担本合同价款 %作为违约金，并且，乙方应当在2个工作日内立即恢复原调离人员，否则甲方有权解除本合同并要求乙方承担本合同价款的30%

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn