# 信息推广合同范本(共15篇)

来源：网络 作者：倾听心灵 更新时间：2025-01-09

*信息推广合同范本11、乙方在合同期内可使用甲方的服务标识、商标、经营模式、宣传资料等，但其知识产权归甲方所有。合同期止，上述使用权自动失效。2、甲方发布广告宣传，向乙方提供经营上的支持。3、甲方在推出广告宣传或经营推广活动之前，会在公司网站...*

**信息推广合同范本1**

1、乙方在合同期内可使用甲方的服务标识、商标、经营模式、宣传资料等，但其知识产权归甲方所有。合同期止，上述使用权自动失效。

2、甲方发布广告宣传，向乙方提供经营上的支持。

3、甲方在推出广告宣传或经营推广活动之前，会在公司网站上公布，以便乙方能于活动前做适当准备。

4、乙方未经甲方授权不得私自以甲方及相关企业名义进行广告宣传及推广活动。

5、乙方在使用甲方标识、名片、文字介绍时，必须经甲方审核同意，对于核定内容乙方不得擅自更改、夸大和捏造事实。

**信息推广合同范本2**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲、乙双方本着平等合作、互惠互利的原则，经友好协商，根据《\_合同法》、《\_广告法》等有关法律法规的规定，就甲方委托乙方作为甲方\_\_\_\_\_\_\_华庭\_的广告服务代理(包括平面创意、撰文、设计、策划)事宜，达成如下一致协议：

一、 合作范围

甲方委托乙方作\_\_\_\_\_\_\_\_华庭\_项目的广告服务代理，全权负责本项目的广告创意、撰文、设计、策划等代理事宜。

二、 合作期限

委托期为\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日。本协议所拟合作期限届满前一个月，经双方协商同意，双方可续签协议。

三、 乙方工作内容

广告的创意、文案、软文撰写、设计、策划、影视创意等事宜，包括楼盘VI、报纸广告、夹报、宣传单张、海报、楼书、房展、展厅、喷画、广告折页、杂志广告、DM、邀请函、贺卡、现场POP、户外广告等平面设计、影视创意、影视脚本、活动策划方案、形象策划方案。

四、 双方合作方式：

甲、乙双方以第一个月作为合作试点，在完成第一个月合作后，甲、乙双方都有权对对方的工作情况、合作程度、是否违约等情况进行评判，以作为是否继续合作的基础。如甲、乙双方对对方的合作情况不满意，均有权解除余下时间的合作关系。

五、双方责任与权利

甲方的责任和权利：

1、 双方合作期间，甲方应积极配合乙方，及时提供乙方所需的各类图片和文字资料，并应对上述资料的合法性、真实性、准确性和完整性负责，如因甲方提供的资料而引起的法律纠纷，其相关的一切责任由甲方负责。

2、 甲方有权及时地对乙方所提交的广告方案、设计稿和其他书面工作文件以书面形式提出修改意见和建议，乙方据此进行修改、调整、直至甲方签字认可方可定稿。但甲方应尊重乙方的专业经验和知识，并应考虑乙方工作周期等因素，在乙方提交有关文件后，应及时、完整地以书面形式提出明确的意见，以便乙方有足够时间保质保量完成各项业务。

3、 为避免多头决策而导致的工作质量、效率下降，甲方特指定\_\_\_\_\_\_\_为其全权代表与乙方沟通，具体负责设计方案的审定，各种方案的确定，同时指定\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_为其协助乙方款项的结算。

4、 甲方应按照本协议的规定及时付款，以保证项目的正常进行。

5、 甲方在提出各种正式建议与意见时，应采用包括传真在内的书面方式，以增进沟通之效率及未来之查证。

6、 合作期内，甲方在事先未征得乙方同意的情况下，不得另行委托其他公司进行设计，否则视为违约。而在影视、印刷、工程、摄影、策划执行、媒体监控、市调等方面甲方则有权选择其他公司负责，但在同等条件下，甲方应优先选择乙方。

7、 合作期间，甲方有权根据工作需要要求乙方更换相关服务人员。

乙方的责任和权利：

1、 乙方为甲方成立项目服务小组，该项目小组由项目总监负责，并且配备足够数量的优秀设计人员。

2、 乙方必须根据甲方要求保证交稿时间,所有的交稿数量均以甲方最后的确认稿为准，根据乙方的交稿时间和设计质量来评判乙方的工作完成情况。

3、 乙方承接甲方广告业务，应委派专人与甲方保持紧密联系，经常与甲方交流、沟通，尽职尽责为甲方服务，按时、按质、按量完成甲方委托的各项工作，并为甲方资料保密。

4、 乙方必须派出精干力量为甲方提供设计，甲方拒绝接收毫无创意和设计水平的稿件。

5、 乙方每个月必须提供一份广告推广和传播思路，经过审定后按此思路进行广告创作和执行。

6、 本项中以上1-5项中，如果有任何一项乙方未能按照甲方要求完成，则被视为违约。

7、 双方合作期间由乙方设计的所有广告在不影响广告版面的情况下，可以附上乙方的标识。

8、 双方合作期间，乙方应积极配合甲方的工作。乙方提供的设计稿，应具有真实性、准确性和完整性以及符合知识产权的合法性，如因乙方提供的设计引起纠纷或争议，一切责任由乙方负责，甲方不承担因此产生的直接或连带责任。

六、工作时间

各项工作开始前，双方应协商具体的时间安排，并由乙方做出详细的工作日进度，双方遵照执行。

七、收费条例

收费标准：

首个服务月：

其他服务月：每月

结算方式与时间：

1、 首个服务月的服务费：签定本广告服务代理协议书之日起的5个工作日内先付首个服务月的部分服务费(即)，首个服务月的服务费余额于\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日前付清。

2、 其它服务月的服务费：甲方应严格按照甲、乙双方确认的每月\_\_\_\_\_\_日前将上月的服务费付请。

3、 所有款项汇至乙方指定帐户： \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4、 滞纳金：若甲方在以上规定的时间内逾期未付款，则须自本协议约定的付款时间算起，每日按拖欠款金额的向乙方支付滞纳金;若经甲乙双方协商后对工作一致推迟，则收款时间相应顺延。

5、 违约金：若乙方在本合同规定时间内未完成甲方要求的工作每拖迟一天按月服务费的向甲方支付违约金;若经甲乙双方协商后对工作一致推迟，则工作时间相应顺延。

八、知识产权

本合同所完成之成品或所确认之设计稿件，在所有款项结清后，其所有权及使用权、版权归甲方。但在设计成品发布后，乙方有权使用所设计之作品参与公益、专业、行业或各类组织机构所组织的竞赛评比活动和乙方的宣传品上。

九、违约责任

1、 乙方除自然力、灾难、政府等不可抗力之因素外，应按本协议约定之要求，完成各项工作，否则视为乙方违约，在这种情况下，甲方有权单方面终止执行本协议，有权拒付费用，并向乙方索取由此造成一切损失。

2、 如甲方未能按本协议约定的时间内付款，使乙方不能及时开展各项工作，因此而给甲方造成的工作延误或影响，乙方不承担任何损失或责任，乙方保留单方面终止合作的权利，并向甲方追讨拖欠款项的滞纳金。

十、终止合同的条件

任何一方违反本协议，守约方有权通知违约方予以及时纠正;如违约方不能及时纠正，则守约方有权终止本协议的执行。

十一、甲乙双方在合作过程中如有未尽事宜，可在协商一致的情形下，以补充协议形式补充其他条款，其法律效力与本合同的条款同等。

十二、双方在合作过程中如有非本协议所规定的业务(影视执行、输出打样、印刷、广告工程、市调、媒体监控、活动执行、公关等方面)，可另行签定项目合同。

十三、如在协议执行过程中产生的争议，双方协商解决，若协商不成，任何一方可向签约地的仲裁委员会提起申诉。

十四、本协议一式两份，甲、乙双方各一份，具有同等法律效力。

十五、本协议自双方签约日期起生效。

甲 方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 乙 方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法人代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 法人代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法人代表委托人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 法人代表委托人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地 址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 开户银行：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电 话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 帐 号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传 真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 地 址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签字日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_日 电 话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传 真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

网 址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电子邮箱：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签字日期：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**信息推广合同范本3**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

为贯彻执行《\_\_\_\_\_\_\_\_\_》的精神，普及营养知识，促进营养科技成果的推广，增进城乡居民身体健康。经甲乙双方友好协商，决定联合开展\_\_\_\_\_\_\_\_\_营养知识的宣传及\_\_\_\_\_\_\_\_\_营养素的推广应用活动，双方就合作事宜达成如下协议：

1．\_\_\_\_\_\_\_\_\_营养素由\_微量元素营养重点实验室研制，乙方保证技术真实，产品质量可靠并符合该产品的质量标准。

2．甲方作为一种公开出版发行的一种媒体愿意承担宣传营养知识，普及营养科技成果的义务。在甲方媒体开出专栏，版面或时间段，登载或播出乙方所提供的内容。主要包括科普文章，产品介绍，邮购方式，赠送的通知等。以上资料由乙方提供，甲方审定。

3．广告宣传刊出或播出后有消费者购买，广告落款地址电话均由甲方确定，货款由甲方收取，乙方按甲方提供的名单和地址送达或寄发相应数量的货品。

4．结算：每月结算一次，乙方提取货款总额的20％作为税金，发货邮寄费用，余款甲方分得50％；乙方分得50％。

5．在合作过程中未尽事宜另行协商补充。

6．本协议一式两份，甲乙双方各持一份，具有相同法律效力。

7．甲乙双方在合作期间负有保密义务。

8．本协议经甲乙双方签字盖章生效，甲乙双方合作时间为一年，合作期满根据双方意愿再行续签。

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

经办人（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 经办人（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

**信息推广合同范本4**

网络营销策划方案第一步：网站推广计划a、全面登录搜索引擎

统计表明，网站60%的访问量来自各大搜索引擎，因此品牌网站科学登录各大搜索引擎，是进行网站推广的首要步骤。

b、参加许可邮件营销

邮件营销是快速、高效的营销方式，但应避免成为垃圾邮件广告发送者，参加可信任的许可邮件营销，向目标客户定期发送邮件广告，是有效的网站推广方法;此外，建设自己的邮件列表，定期制作更新品牌网站电子杂志，向会员俱乐部会员和其他订阅用户发送，能有效的联系网站访客，提高用户忠诚度。

c、投放网络广告

网络广告是投入较大，效果也较为明显的网站推广方式。广告投放对象选择要符合网站访问群特征，并根据网站不同推广阶段的需要进行调整。网络广告主要分网站广告和即时通讯广告两种。制定网站广告投放计划，在各大门户网站和相关主题网站进行广告投放;即时通讯广告主要是在msn、qq等即时通讯工具进行广告投放。

d、网站互动推广

策划开展网站互动活动是有效的网站推广手段，且能提高访客忠诚度，持续深入的传播网站和品牌。在网络营销策划方案中具体步骤可分为：备注网友上传原创景观描绘文字、音乐、音像、图片等资料，并互相评分，优秀有奖网友上传原创笑容图片，并互相评分、评论。

e、会员制营销

会员网站放置网站链接或活动内容介绍与链接，通过该会员网站来到且注册成为网站会员俱乐部成员的，为该会员奖励积分，积分可兑换网站纪念礼品。

f、信息发布

有偿信息发布是有效的网站推广方式，主要分为网络媒体信息发布和专业信息发布平台信息发布两种。

g、媒体合作

网站要推广，宣传报道不可少，品牌网站可与网上网下媒体展开充分合作，撰写公关文稿，关注网站发展动态，并定期在各媒体发布。

h、网站合作

同其他网站进行各种合作是效果明显的网站推广方式，可以借合作伙伴的力量，促使品牌网站的系列活动有效开展;此外，广泛征求友情链接，扩大网站外部链接活力，能增加网站的搜索引擎曝光率，获得理想的排名效果。

网络营销策划方案第二步：品牌网络传播计划

a、网站logo、banner有奖征集

**信息推广合同范本5**

甲方：

乙方：

本合同只针对付费会员服务，免费会员不受该合同约束。

甲乙双方就合作开展internet贸易信息推广，双方本着互惠互利的基础上，遵照以下条款：

1.甲方权利义务

甲方应按乙方提供的标准，将甲方的产品信息如实的用excel汇集并发送到乙方指定的邮箱。

2.乙方权利义务

乙方为甲方提供如下服务：

产品展示

元/年，提供\_\_\_\_\_条产品信息空间，包括图片(单个图片应不超过\_\_\_\_\_k)。

2. \_\_\_元/年，提供\_\_\_\_\_条产品信息空间，包括图片(单个图片应不超过\_\_\_\_\_k)。

3. \_\_\_元/年，提供\_\_\_\_\_条产品信息空间，包括图片(单个图片应不超过\_\_\_\_\_k)。

4. \_\_\_\_\_\_\_条以上的，单独email联系，我们将给予更优惠的价格。

收录到数据库

1.根据甲方的公司性质将甲方的公司信息收录到乙方的进口商或厂商的数据库，供国外客户查询。

国外进口商客户目录

2.每个月保证不少于\_\_\_\_\_\_\_个国外进口商客户目录，通过网站访问。

**信息推广合同范本6**

一、策划目的：

在二十年前我们肯定不会想到现在会人手一部手机，手机成为我们现在日常生活的必需品，也是社会发展的向征，手机为我们能随时随地更好的交流做出了贡献。而网络日益一日的越来越多的影响了我们的生活，我国的网民正在不断的增加。而将手机与互联网结合在一起，通过手机应用互联网，通过网络宣传手机成为了厂家最重要的事情。随着互联网的发展，人们的生活水平日益增高，购物方式也发生着重大变化，工作的压力和快节奏的生活，很多年轻人都选择简单快捷的购物方式，网上购物已经被众多的网民接受。网下手机的需求量很多吧。随着我们网民的大幅度增加，具有一定消费水平的网民也会相对增多。其实，手机网站，就是将在手机实体店铺中的产品展示到网上。网上有相对多的消费群体。特别是时尚的年轻人，他们在网上购机的几率比较大。网上手机的市场也比较大。

二 营销环境

2、网购手机的SWOT分析

S（优势）：和传统的店铺销售相比，手机网上销售最大的优势在于有很强的互动性。手机网站为消费者提供指导和咨询，为购机者提供直接的消费依据，起到沟通产品信息的作用。在决定购买后，通过互联网下单预定。网站迅速处理订单，并确认预定无误，几天后，速递员就能将手机送到用户手中。方便、快捷、资讯丰富是手机电子网站的几个关键性优点。

W（劣势）：手机网店的弊端是消费者不能直接看到、触摸到手机。还有网站还没有形成公信力时，网上消费者可能会对我们网站持有怀疑、观望态度，怕卖的手机不是行货，以次充好，二手机等等。我们需要增强网站在互联网上的影响力。让我们的品质与服务都做到最好。其实，最好的方法还是口碑营销。引导消费者来我们网站购物，如果他们对购买手机的整个流程，收到的手机满意。他们或许就会介绍朋友到我们网站购买。对网购手机的质量保持怀疑态度。

O（机会）：

1．中国依然有较大的网络手机市场发展潜力。

2．更多的手机品牌入住网站，这就为网络营销手机提供了更大的机会，并且带来了更多的客户。3.中国手机公司开始细分市场，并推出 hello-kitty 等个性化手机，可能开辟一片“蓝海”。网购的热潮和消费方式越来越普遍化，也给网购手机市场带来更多的机会。

T（威胁）：就目前市场而言，很多大牌手机企业仍占很大的市场，我们的压力还是很大的，根据市场消费水平和方式分析，我们的消费群体毕竟是有限的，我们只有靠自己优质的产品质量和服务来打动更多的消费者。

三、营销目标

营销策划方案执行期间，经济效益目标达到：总销售量有突破万件，市场占有率实现3%-5%。在互联网手机卖场站稳脚步，赢得更多的消费客户。提高网站知名度。

四、营销战略

1、“物超所值”——正品高质量，最低价格售出。

对于手机等数码产品而言，关键在于如何通过行销产品建立并巩固消费者对品牌的忠诚度。几乎所有消费者都是追求货真价实的产品，一流的质量、适中的价格和高素质的服务。这便是我们品牌价值的体现。我们将推出最新款手机卖场，绝对的正品行货，绝对的低价优惠。

2、将好东西带进校园推广，带近身边，赢得好的口碑。

在校园内做手机卖场的优惠活动，买手机送话费、送原装电池等优惠活动。团购活动是由网站不定期发动某款手机的团购活动，由10人或者20人一起购买。当然团购价格在相对要低一些。不定期举办一些主题活动。在节假日或者一些特殊日子，比如情人节可以引导顾客购情侣手机（一次购买两个手机）。母亲节，亲情购机（孝敬父母）等等。

3、病毒式营销（口碑营销饥饿营销）

在“病毒式营销”当中添加“饥饿”因素，就会让传播速度更快，更能激发潜在消费者的购买欲望。单纯的口碑营销仅仅是，A用过某产品，觉得不错，他可能会主动向他身边的朋友B、C、D推荐，说这产品值得；但带有“饥饿”色彩的口碑营销则恰好相反，B、C、D知道市面上推出了某产品，在媒体市场大力宣传下，他们可能会产生想了解其中详情的想法，但由于货源有限，他们获取信息的渠道相当并不多，如果当他们得知A已经购买该产品后，便会主动询问，并连续性的将相关信息传播出去。我们手机所采用的，正是后者。

4、微博营销

在自己的博客上发布手机网站，介绍新款的手机和最优惠的价格，并且公布今日的优惠活动，促销活动等。

5、销售扩展（代理网店）

可以在网络上发布招网店代理的信息。我们为他们提供货源

给他们优惠的价格。如果他们的网店有人购买手机，可以先将手机款发给我们网站，由我们代其发货。如果他们的网店做的好，可以酌情给予一些奖励。（也可以实行代理收费的策略）另外，还可以去淘宝网开一家网店，在上面出售手机。

五、费用预算

1、初步目标：预计在西安所在的高校陆续展开活动，推广我们的网络手机网站和卖场。

2、营销过程中的费用预算：

总费用30万

阶段费用20万

项目费用10万

六、支付方式及物流配送方式

网银支付、支付宝支付。

送货方式：普通邮寄、EMS快递、快递公司。

七、售后服务

我们将保障消费者能买到最优惠价格内的正品手机，对质量不满意者可以无条件退款、换货。让消费者享受到优质的服务。

**信息推广合同范本7**

网络营销推广合作协议书

甲方：

乙方：

甲、乙双方，经友好协商，就甲方委托乙方进行网络营销合作事宜达成以下协议。双方申明，双方都已理解并认可了本合同的所有内容，同意承担各自应承担的权利和义务，忠实地履行本合同。

第一条：

甲方委托乙方为甲方实施的网络营销合作项目，甲方按月向乙方支付元为营销服务费用，并按网络业绩%支付提成费用(月底结算)。

第二条：甲方权利和义务

1.根据本合同网络营销合作项目的`实际需要和乙方的要求提供协助。

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。

5.甲方需认真积极接待来自网络渠道的意向客户，保证不区别网络意向客户。

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。

2.乙方保证为甲方提供网络营销服务(包含且不限于网站优化、竞价服务、事件营销广告策划、自媒体营销)，按公司规定的商品或服务做网络网络营销，按周向甲方提供营销数据和报告。

3.在合作期间，甲方若需对推广网站进行调整，需事先与乙方商议确定。若甲方在未得到乙方认可或指导的情况下，自行添加、删除网站内容、修改程序等，由此造成流量下降，其责任由甲方自行承担。

4.在合作期间，乙方可根据合作需要，对甲方网站进行结构、代码优化及调整，甲方需支持和协助。

5.乙方按照甲方提供的商品或服务进行网络推广，不得随意调整，如需调整，乙方需和甲方协商解决。

第四条：违约责任

1.甲方如违反国家有关政策法规，乙方有权中止合同，并由甲方承担相应的责任。

2.如甲方未按约定的服务费用和业绩提成付款，乙方有权终止合同，并不退还甲方已付提成款，同时享有追缴违约金的权利。

第五条：合同附则

1.如需停止合同，需提前一周向另一方提出终止合同的通知,乙方将网络推广帐号及相关资料移交甲方。

2.甲方款项到位的情况下，乙方不得任意提高甲方的业绩提成标准，甲方也不得任意降低业绩提成标准，如有变动需协商解决。

3.执行过程中发生争议，双方应当协商解决，协商不成，通过司法程序解决。

第六条：合同续签

为了便于乙方网络推广营销及技术维护，甲乙双方应在服务期结束前一个月进行续签合同。

第七条：服务时间

本协议有关网络营销合作项目正式开始实施日期以合同签订日期为准。

第八条：付款方式

1.按每照的标准及时支付提成佣金，不得累计支付佣金。

2.本合同生效后，甲方不按约定及时付款的，乙方有权随时终止营销推广操作。

3.合同执行过程中，甲方未按时成成功后不支付提成款的，乙方除有权终止本协议外，甲方还应按余款的50%对乙方进行违约赔偿。

本合同一式两份，双方各执一份，双方签字盖章后即日生效。

甲方:(公章)

法定代表人

年月日

乙方：(公章)

法定代表人

年月日

**信息推广合同范本8**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲乙双方根据《\_合同法》及有关法律、法规的规定，经过友好协商，就乙方为甲方提供互联网广告服务事项达成一致。

第一条服务内容

乙方利用自身网站(\_\_\_\_\_\_\_\_\_)和自主知识产权，为甲方提供如下服务：

广告位置：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

尺寸大小：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

单价：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

制作费：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

合计费用：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

第二条双方约定

1.本合同签署后，甲方可向乙方提出图标制作方案或图标制作指导性意见，包括文字、色彩、版式等，甲方如不提出，乙方则根据实际情况进行创意。

2.甲方需提供自身营业执照副本复印件，确保所发布信息的真实有效性。

3.宣传期间内，甲方通过乙方发布的任何信息及链接内容不允许有任何违法内容(包括欺诈性、反动性、色情类等中国互联网相关管理法规中涉及到的违法内容)，如因此造成一切问题，甲方负全部责任。

第三条服务期限及费用

1.本合同服务期限为\_\_\_\_\_\_\_\_\_，自\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日起至\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日止。

2.甲方需向乙方支付\_\_\_\_\_\_\_\_\_元的宣传费用和\_\_\_\_\_\_\_\_\_元的制作费用，合计大写为\_\_\_\_\_\_\_\_\_元整。

3.甲方在签定合同时向乙方支付合同金额的50%\_\_\_\_\_\_\_\_\_元作为预付款，其余应付款项应在甲方广告正式发布三日内支付。

第四条其他事项

1.本合同如发生纠纷，当事人双方应当及时协商解决，协商不成时，任何一方均可请业务主管机关调解或者向仲裁委员会申请仲裁，也可以直接向法院起诉。

2.本合同正文一式两份，甲乙双方各执一份，具有同等法律效力。

3.本合同未尽事宜，双方协商解决。

甲方(盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方(盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

签订地点：\_\_\_\_\_\_\_

**信息推广合同范本9**

1、乙方必须按本合同规定要求规范管理。

a、统一形象识别

b、统一服务规范

c、统一宣传口径

d、统一推广方案

2、乙方认可并同意遵守甲方授权推广体系有关标准和统一性规定。

3、乙方在被授权运营过程中，须严格遵守本合同条款和《服务推广人员管理守则》规定的统一运营标准，未经甲方书面许可，不得做任何变更。（双方另有约定的除外）

4、乙方须严格执行甲方推广方案体系，违反此推广方案甲方将取消乙方的服务推广资格并扣除其剩余的服务推广费。乙方给甲方造成巨大损失的甲方有权依法追究其责任。

**信息推广合同范本10**

一、概述

做一个为大学城大学生服务的大学城网，网站网络营销初期推广方案。

现在绝大多数的网站已经发展到了一定程序，网站为换客提供的服务功能也越来越完整。目前缺乏的是在物品的交换问题与换客的诚信问题，这两个问题是阻碍发展的最主要的因素，但是因为我们的网只是针对对大学城的六间大学开展，换客都是各间学校的大学生，并且于都属于大学城，物品交换问题在线下也非常方便，因此，对于我们的网与其它网来说，诚信与物流问题在阻碍网站发展方面就没有显得那么突出。这也是我们的网站发展的优势。

品牌的传播应该面对所有的关系利益人：大学城的所有大学生。

网络的发展为网站的整合传播开辟了一条新途径。网络资源的最大优势在于快速、便捷、低廉、高效，且具有互动性。针对大学生私人拥有电脑和上网吧的“两种人”，我们会采取互补的营销策略，以最大限度地拓宽我们的推广面。同时，会结合线下的推广活动来促进线上营销的开展。

网络营销总体目的：能过网站建设与网站开始这段时间，综合利用大学城的资源，使网络营销方法能与营销工具更好的结合，告知潜在用户现在大学城有提供平台，并提醒他们使用，成为我们的会员。提供网站的知名度和网站的用户数是我们初期推广的目标。

二、网站网络营销整体策划方案

1、网站推广计划

a、登录搜索引擎与网站优化：

统计表明，网站60％的访问量来自各大搜索引擎，因此网站科学登录各大搜索引擎，是进行网站推广的首要步骤。但是考虑费用以及我们的网的服务区域，采用搜索引擎并不会很好地达到我们的营销目的，如竟价排名，关键字广告，虽然定位程序高，但是这会加大我们的费用，相比于我们的网站服务区域，搜索引擎营销将只作为我们辅助的营销方法。当然对网站的搜索引擎优化这一方面，我们一开始建站时，都是要遵循建立网络营销型网站的做。

方法 说明

主要是在百度与谷歌，免费登陆。

b、参加许可邮件营销：

邮件营销是快速、高效的营销方式，但应避免成为垃圾邮件广告发送者，参加可信任的许可邮件营销，向目标客户定期发送邮件广告，是有效的网站推广方式；具体的外部邮件列表营销步骤如下：

(1) 目的：许可营销是网络策略的一个重要组成部分，采用外部邮件列表，即邮件广告，是为了用短期的投入获得明显的推广效果，达到提醒用户使用本平台提供的服务的目标，规划方案《网站网络营销初期推广方案》。

(2) 选择服务产商与获取电子邮件地址：通过大学城各间大学提供的一些平台来获取地址，如福州大学的新天下论坛、二手市场从这些针对性较强的网站获取email地址。还有可以从其它网站获取用户的qq邮箱的址。

(3) email营销的内容设计：通过内置趣味游戏，在游戏中发布有关大学城网开始运行的信息。用户还可以将邮件的内容发给他的朋友，同学。将网站信息内置于游戏中，通过用户玩游戏的过程，对用户会产生潜移默化的影响。

**信息推广合同范本11**

1、自本合同签订生效之日起甲方正式为乙方提供本合同约定的推广服务。

2、如果发生有关本合同的争议，甲、乙双方应友好协商解决，协商不成的，采取以下方式解决：

a)向本合同签订地仲裁委员会申请仲裁；

b)向本合同签订地人民法院提起诉讼；

c)提交解决；

上述三项未做选择的，视为约定的第二项方式。

3、本合同适用\_法律、法规。本合同的附件与本合同具有同等法律效力。

4、本合同一式两份，甲乙方各执一份。

甲方：

乙方：

xx年xx月xx日

xx年xx月xx日

**信息推广合同范本12**

一、企业简介

阳泉祥瑞耐火材料有限责任公司位于阳泉市郊区杨家庄黑土岩村，成立于20\_年5月，法人代表贾忠祥，公司主要生产冶金罐，产品广泛用于粉末冶金、钛铁粉及炼钢海绵铁烧 结行业，该公司是全国规模最大的冶金罐生产企业 。本次推广方案就是以该公司为研究对象，探讨该公司在网络营销方面的可取之处，找出该公司在网络营销方面存在的不足之处。

二、网站推广计划的重要性

网站推广计划是网络营销的组成部分，制定网站推广计划本身也是一种网站推广策略，推广计划不仅是推广的行动指南，同时也是检验推广效果的是否达到预期目标的衡量标准。所以合理的网站推广计划也就成为网站推广策略中必不可少的内容，网站推广计划书只至少应包括三个方面的基本内容：网站推广的阶段目标、网站发布运营的不同阶段所采取的网站推广方法、网站推广的策略的控制和效果评估。

三、企业网站推广诊断

该公司的网络信息发布渠道不够多元化。

1）搜索引擎 在百度搜引擎中，该公司排名非常差，其他搜索引擎中也排名不佳，利用的搜索引擎很有限。很难让浏览者搜索到，这样排在其前的企业无疑成为其最大的竞争者。不利于企业的推广。

2）该公司没有注重于同类行业的企业实行友情链接，这对于一个企业网络信息的发布是尤为不利的。

3） 该公司自建立网站后，一直没有做很好的的网站广告计划，无法使网站在营销方面起到多大的作用。当然，公司对于网站广告的预算几乎为零。

4）不注重网站的内容更新，这样不能使用户及时了解公司近况，不利于企业的进一步发展。

四、企业网络营销推广计划

网络广告投放

网络广告较之传统媒体而言，网络媒体的特点在于其全能性及在打造和行销方面的力量。网络广告又具备强烈的交互性与感官性这一优势。网络广告是投入较大，效果明显的网站推广方式之一。根据公司现在的年销售额和网站投入份额来看投资网路广告不失为一个好的计策，网络广告投放对象选择要符合网站访问群特征，并根据网站不同推广阶段的需要进行调整。

电子邮件推广

电子邮件是最有效的网络许可营销方法之一。企业会定期制做精美的与公司有关的`各类子杂志，免费向会员的电子邮箱发送，同时放到各类电子杂志网站免费让网友免费下载阅读。每周给网站注册者发送电子邮件通讯 (E-mail Newsletter)。通讯中提供行业的新闻和一些技巧，并链接回公司网站。同时宣传网站。

搜索引擎推广

**信息推广合同范本13**

1、在本合同有效期内，甲方授予乙方服务推广人员资格，允许乙方服务推广人员使用甲方产品项目的推广及服务。

2、乙方保证完成甲方的考核指标。

3、甲方保障乙方各项权益，实行透明化管理。

4、甲方成立专业技术和专业管理培训部门为乙方提供指导服务。

5、甲方及时为乙方提供有关最新资讯和资料。

6、甲方及时为乙方提供国内有关市场推广信息。

7、甲方保证新开发的产品优先交给乙方推广。

8、甲方有权依据本合同对乙方的推广活动进行监督及业务指导，对乙方存在的违约问题，甲方有权要求限期整改，或终止乙方服务推广权限。

9、甲方有权在符合法律法规的条件下核定产品的服务标准，并指导乙方制订和实施推广计划。

**信息推广合同范本14**

1.负责智能手机的售前/售中/售后工作(包括给用户提供相关软件的更新、下载及安装，解决用户在使用智能手机时遇到的问题及软件的维护和升级);

2.负责相关智能手机培训工作(包括智能手机的使用，操作，软件的下载等);

3.负责其他有关技术的协调;

4.负责\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(业务名称)相关代理业务的办理收款及人员的安排;

5.对所有用户资料予以保密。

**信息推广合同范本15**

1.本协议经甲、乙双方代表签字，并加盖公章之日起生效。

2.本协议有效期\_\_\_\_\_\_\_\_\_年。

3.本协议未尽事宜由甲、乙双方友好协商后，以书面形式加以补充，补充协议具有同样的法律效力。

4.本协议适用中国法律，若发生争议，双方协商不成，任何一方可向甲方所在地法院提起诉讼。

5.本协议一式两份，甲、乙双方各执一份，具有同等法律效力。

甲方(签章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方(签章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

授权代表(签章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

授权代表(签章)：\_\_\_\_\_\_\_\_

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

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

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

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

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

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

为保护甲乙双方的合法权益，根据国家法律、法规规定，在共同发展原则下本着平等公正的原则，经双方友好协商，特订立本协议。

一、协议概述

乙方自愿申请成为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_产品的特约临床推广工作人员，并同意接受本协议相关工作协议的约定。

经甲方审核确认乙方具备产品临床推广工作条件，并授权乙方负责协议产品的销售及推广工作。

乙方经销区域：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(以国家行政区域为准)。

二、 协议期限\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年，自\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止。协议终止后，在同等条件下，乙方有续签的优先权。

品名及规格

零售价(元)

年销量(件)

经销区域

三、货款支付方式

银行转帐(或现金支付)，乙方汇出款后将汇款单传真给甲方(如有特殊情况需通知甲方)，甲方确认款到后发(或提)货。乙方在本协议签订之日起 15 日内将首批提货款全额汇到甲方指定银行帐户，如逾期交款，每延期一天，须交纳上述款额的 %违约金。甲、乙双方在签订本协议时，乙方需交纳市场保证金 元，逾期 10 天未交，则视为乙方自行撤消合同，本协议解除后，甲方有权继续在该区域征求特约经临床推广工作人员。

四、供货及相关细则

货品规格：

乙方承诺协议产品在本协议规定区域内的年销售量及销售进度为：

品种及规格

每件包装

首批提货量

第一季度销量

第二季度销量

第三季度销量

第四季度销量

产品质量标准：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 。

供货期限：

首批进货，甲方在收到乙方全部货款之后的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个工作日内发出货物。

以后进货，乙方应提前\_\_\_\_\_天填写书面申请单，经甲方认定后，在\_\_\_\_\_个工作日内将已确定发货日期的发货申请单的回执传真给乙方，乙方应在收到回执的\_\_\_\_\_日内全数汇出总货款，并将汇出凭证传真给甲方。甲方按照双方协定的发货时间发出货物。任何一方延期执行合同，每延期一天罚责任方该单合同总额的\_\_\_\_\_%。

发生人力不可抗拒的意外因素(如铁路、公路、海运事故等)，使甲方不能保证供货期或乙方不能按时交纳货款的情况除外。

交货地点及运费：

合同交货地：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_省\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_市。

到达交货地的长途铁路或公路运费由甲方负担(指火车或汽车到达该合同交货地城市前的费用)，到达该城市后的短途运费由乙方承担。

甲方保证将产品保质、保量、按期交付乙方。

验收地点：合同交货地。

货物到达合同交货地点后，乙方应及时查收，如有异议乙方应在货物到达的三天内向甲方提出。若货物的短少或破损发生在到达合同交货地之前，乙方应协助甲方向运货商索赔;若货物的短少或破损发生在到达合同交货地之后，责任由乙方承担。

五、 相关经销约定

为保障全国各地区特约临床推广工作人员的利益，甲方规定乙方在其被授权经销区域直销医院(或经当地医药公司直销医院)终端用户的最低开票扣率不得低于产品批发价的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_%，同时乙方应尽力维护所代理产品甲方核定的零售价格标准。乙方不得以任何名义(包括促销、优惠活动等)降低或抬高价格销售所代理产品，以杜绝不正当竞争。凡发生违价情况，甲方一经发现有权没收乙方不正当所得，并处罚金\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，同时甲方有权责令乙方在\_\_\_\_\_日内(时间以甲方书面通知日期为准)收回全部倾销货物。如再次违规将取消特约临床推广工作资格。

六、 其它双方必须遵守的条款

甲方提供给乙方的产品出现质量问题责任在甲方的，由甲方对不合格产品实行无偿退换并承担相关责任，退货运费由甲方负责承担。对乙方因此而引起的损失赔偿，由双方协商解决。

如果经销商销售假冒产品，给甲方造成损失，须承担全部责任。

解除合同后的有关条款

乙方应该对甲方经营内容(所代理产品及其销售的全部相关内容)继续承担保密义务，不得有任何破坏甲方企业形象、产品形象、市场状况等行为。

乙方必须退还所有文件、资料、经销商委托代理的相关证书，如违约，甲方将按知识产权法规定对乙方进行处罚。

违约责任：双方同意本协议全部条款，如有违约，双方应尽量通过友好协商的方式解决，如协商不成，可移交福州市执法机关按国家的有关法律法规解决。

七、附则

合同生效及期限：本协议自第四条的款项到达甲方指定帐户后生效，有效期壹年。

本合同未尽事宜，由双方协商后签订补充协议与本协议具有同等法律效力。

八、本协议一式贰份，均为正本，双方各执壹份。

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

公司盖章：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

开户名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

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

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

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

公司地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

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

签名或盖章： \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

身份证号码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

永久地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

通讯地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

开户银行：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

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

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

手机：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

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

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

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

经甲乙双方友好协商，通过\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_平台合作开展乙方推出的产品和服务。甲方作为乙方该项业务在的代理商，代理乙方的相关业务。甲乙双方在诚实守信的原则下，根据《xxx民法典》和有关法律的规定，在平等互利、发展业务的基础上，经协商达成一致，签署本合同，以资共同遵守。

第一条、合作时间

甲乙双方约定合作期为\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日到\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日，共计\_\_\_\_\_日。

第二条、甲方的权利与义务

1、甲方在合同期间按合同规定自主经营\_\_\_\_\_\_\_\_品牌推广业务，若因业务发展需要可申请扩大业务团队，但团队经营和管理由甲方自负。

2、甲方要严格遵守公司各项制度，全力维护\_\_\_\_\_\_\_\_\_品牌形象，合同期内不得从事其它经营事项。全年必须完成十个加盟商任务，若超额完成，乙方可以扩大甲方推广区域。

3、甲方按公司要求，严格填写行程表且按时向营销中心汇报业务进展情况。按营运中心要求执行广告宣传、业务推广等活动。

4、甲方发展加盟商从推广到加盟商开始营业完成工作，余下工作由品牌营运中心跟踪服务。但加盟商在经营过程中反馈到甲方的问题，甲方也要及时反馈到品牌营运中心。若营销中心在广告宣传产品质量、产品发货、技术培训、售后服务有不足之处需及时反馈。

5、甲方必须认真调查加盟商情况，不允许哄骗客户加盟，资料上报营运中心若不符合条件者不予批准加盟。

第三条、乙方的权利与义务

1、乙方在甲方推广区域内，在未终止合同情况下，不得另行安排他人从事品牌推广业务。

2、乙方严格监督甲方业务进程。若进程缓慢或不能按时完成推广任务，乙方有权终止合作合同;若甲方长期不提供行程表，乙方有权终止合作合同;若甲方严重违反公司规定，乙方有权终止合作合同。

3、乙方全力做好产品宣传、质量保障、产品配送、技术培训和售后服务等工作。

4、乙方按合同每月\_\_\_\_日前支付甲方推广费用、若无业绩则不予支付，前期费用由甲方自理。

第四条、保密约定

1、本合同双方所知晓的有关对方任何方面的商业资料和信息应当严格予以保密，不得在未获得对方书面认可的情况下将此类商业资料和信息直接或间接透露给任何第三方。

2、前述商业资料和信息包括甲方的商业计划、策略、安排及相应文档、资料等，亦包括乙方的前述文件及信息和乙方为甲方制作、提案的策略、创意、媒介排期等智力成果。甲乙双方均仅限于将该等商业资料或信息透露给与本合同的履行直接有关的人员，且均需告知有关人员此项保密义务。

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