# 节目招商合同范本(37篇)

来源：网络 作者：静水流深 更新时间：2024-08-26

*节目招商合同范本1甲方（委托方）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方（受托方）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_经友好协商，甲乙双方就甲方代理的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_物业（以下简称“该物业”）委托乙方开...*

**节目招商合同范本1**

甲方（委托方）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方（受托方）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

经友好协商，甲乙双方就甲方代理的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_物业（以下简称“该物业”）委托乙方开展租赁代理事宜，达成如下合同条款：

一、委托事项

甲方委托乙方代理该物业的租赁、销售事宜，但不享有租赁代理服务权，甲方有权就该项目委托其它的租赁代理公司。

二、委托代理的物业情况

（一）该物业坐落位置：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

（二）本合同所称“该物业”是指：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_物业委托出租部分，建筑面积约为 \_\_\_\_\_\_\_ /平方米。

三、委托期限

（一）委托期限为自本合同生效之日起1 年(生效之日亦双方签署日期为准)。本合同期满时，任何一方如需要续约，可提前一个月以书面的形式向另一方提出，续约的期限及条件按实际情况由双方另行商定。

（二）在本合同有效期内，除非甲方或乙方违约，否则任何一方不得单方面终止本合同。如乙方工作需要，在甲方同的条件下，可以提交乙方履行合同所需的补充资料。

四、甲方的责任和义务

甲方正式委托乙方全权代理\_\_\_\_物业的招商和销售服务工作，并向乙方提供开展工作所需招商合同、销售合同、工期安排、物业交付标准等资料。

自本合同签订之日起三日内，甲方需向乙方提供招商或者销售所需的一切相关证明材料。甲方需向乙方提供该项目合法性法律手续（包括但不限于证明文件），以及与本合同服务内容有关的项目背景资料，并保证一切文件资料的合法性和准确性。如因甲方所提交的前述资料存在虚假或其他违法情形的，乙方有权解除合同，并要求甲方承担因此给乙方造成的全部损失。

甲方负责项目内部的改造工程等。

甲方保证委托乙方招商、销售的物业需无抵押、冻结、经济纠纷等。

甲方负责免费提供乙方工作人员为本项目开展招商和销售工作的办公场地及办公设备，包括：联络电话、员工工服、办公桌椅、电脑、计算器、复印机、打印机及办公类易耗品，并支付招商部和销售部的

水、电、物管及用于招商、销售用途的电话费用、网费等。

甲方需派出专人配合调研、招商、销售工作，负责核查招商合同、销售合同、收款、协助办理合同签约、销售按揭等手续，并负责落实经营者、投资者的合理要求等工作。乙方人员离职一年内未经乙方同意甲方不得擅自录用。

甲方有权定期检查乙方工作，但对乙方内部工作及分配不予干涉。

甲方承担本项目的招商及销售推广费用，包括但不限于：媒体广告、报纸、电视、广播、印制宣传材料、招商书、销售书；现场招商部、销售部的建设、修改、包装与及质量提升；现场围挡或楼体户外广告媒体、招商、销售活动推广派发等费用，项目招商、销售推广方案及现场改良工程，由乙方及相关配合单位（广告公司、装修公司等）向甲方提报通过后实施。

甲方有义务作好本合同的保密工作，以免对招商、销售造成不利影响。

甲方执行乙方确认的项目推广计划，并负责提供广告公司的设计及制作、发布等费用。

对于乙方人员就甲方非哈尔滨的商业项目进行商业顾问服务所产生的往返交通费用和人员食宿，均由甲方全部承担。

甲方提供乙方招商、销售人员工作餐（如有食堂乙方可承担伙食费）。

甲方随时提供调研、招商、销售工作中乙方用车。

甲方负责安排财务工作人员统一收取项目全部租金和定金。

五、乙方的责任和义务

乙方负责制定工作计划并按计划实施。

乙方负责本项目商业部分的调研、招商、销售工作及实施。

乙方负责工作人员的招聘、培训、指导、解聘，所有招商及销售人员均由乙方负责统一管理。本项目招商、销售人员工资、佣金、培训费用由乙方承担。

乙方需按照合同约定时间完成招商、销售任务指标，严格执行招商租赁价格、销售价格及付款方式。

乙方不得冒用甲方的名义进行本合同约定之外的业务。

乙方需按照甲方认可宣传资料范围进行宣传。

乙方应密切与广告公司合作，广告平面设计方案经甲方认可后实施投放。

乙方有权根据市场需要在双方确定的租赁底价、销售底价上溢价招商和销售。

乙方在宣传中有署名权。

乙方于本合同签订后派驻招商及销售人员进驻案场开始工作，根据不同阶段的工作内容，总部派驻及本地招聘人数在8-10名。

六、招商租赁价格和销售价格的制定：

1、招商租金价格和销售价格由乙方提报并经甲方确定，乙方按照甲方确定好的价格进行招商和销售。乙方可根据实际招商情况向甲方提出合理化的建议。

2、本项目租金依据市场调研，甲乙双方最终签字确认为准，具体优惠政策及租金标准以合同的补充协议体现。后期乙方根据招商进度，乙方可适当调整租金标准，但调整的租金标准需经甲方认可。

3、本项目销售价格依据市场调研及乙方提报双方签字为准，执行中根据销售进度可适当调整售价标准，但调整的售价标准需甲乙双方共同参与制定并由乙方执行。

七、全案服务费用及支付方式

甲方商业项目前期调研、定位、规划对接、营销方案费用总金额为人民币￥万元整（大写人民币 元整），甲方分三次支付乙方，合同签订后3日内于 20xx 年 月 日前支付 ￥ 元整（人民币大写 整）；

第二笔费用于 20xx 年 月 日前支付 万元（人民币大写 万元整）；此阶段完成撰写并提交《项目调研定位报告初稿》（PDF格式）一份、提交《营销方案报告初稿》一份（PDF格式）、完成规划设计对接、审图、修改服务。

第三笔费用于提交《项目定位报告终稿》、《营销方案报告》3日内支付 万元整（人民币大写 万元整）。

八、招商、销售佣金和溢价佣金及支付方式：

1、 招商期间甲方每月支付乙方服务月费\_\_\_万元整。招商代理佣金为成功招商客户第一年年租金之\_\_\_天的租金标准作为乙方佣金。

2、销售期间甲方每月支付乙方服务月费\_\_万元整。销售代理佣金的计提标准：按合同销售总额的 \_\_\_％计提，甲方以实际销售铺位金额按规定比例向乙方支付销售代理佣金。

4、支付方式：

月费支付：招商与销售服务月费甲方于每月5日前支付乙方；佣金支付：乙方每月26日进行招商佣金、销售佣金和溢价部分的统计工作，确认无误后交予甲方，甲方于收到统计清单后3日内进行核实，核实无误后签字确认，并于每月第5日前支付该笔费用。若甲方在收到乙方提交的统计清单后3日内未签字确认，也未提出书面异议，将视同甲方已经审核无误，与签字确认具有相同效力，不得因此而影响该笔费用的按时支付。

九、免责条款

因不可抗力事由直接影响本合同的履行时，由合同双方协商决定是否解除合同、或者部分免除履行合同责任、或者延期履行合同。

**节目招商合同范本2**

1、乙方按照甲方的要求对甲方产品及相关服务进行淘宝直播推广服务。

2、乙方保证乙方是淘宝直播的认证机构。如因乙方问题，导致甲方违反法律、法规或侵犯第三方合法权益，由乙方承担全部责任。

3、乙方在提供服务时如有下列行为，甲方有权随时通知乙方终止本合同，并要求乙方退还甲方预付款项：

1）因停业、倒闭等理由停止提供服务的。

2）在与本服务运营有关的事项范围内，乙方违反有关法律法规时。

3）从事与犯罪有关的行为；

**节目招商合同范本3**

1、合作期内，甲方向乙方提供直播服务所需物料，乙方按照本协附件一《推广服务执行单》约定为甲方提供直播推广服务（以下亦简称“乙方服务”）。

2、甲方须在直播开始7个工作日前与乙方签署《推广服务执行单》，注明直播时间、位置、内容、价格等具体项目，并将该《推广服务执行单》及需要的物料一同提供给乙方。《推广服务执行单》请见附件一。

3、乙方必须严格按照甲方与乙方约定的《推广服务执行单》内容、范围为甲方提供直播服务，如由于乙方原因造成信息推广内容或范围与双方约定不符的或未经甲方同意擅自投放的，则由此产生的推广费用须由乙方承担。

4、甲乙双方一致确认：甲方与最终用户之间存在具体法律关系，乙方仅负责为甲方提供推广服务，不与最终用户之间发生任何法律关系，乙方推广的产品和服务最终结果由甲方承担。但如乙方未按甲方要求或违反本合同约定，造成的不良后果的，由乙方自行承担。

**节目招商合同范本4**

1、甲方有义务按照本协议约定向乙方支付直播合作劳务费用，支付时间为每个月15日支付上个月的直播劳务费用。

2、每月直播合作劳务费用的标准由直播签约榜单排名和观看总时长决定。排名和观看总时长都要达标，如果其中有一个不达标，按照两个指标对应工资标准中较低的计算。

其中签约榜单排名对应标准为：2名平均1小时费用为40元，3名平均1小时费用为30元，4名平均1小时费用为20元。

其中观看时长对应标准为：达到15万总时长1小时费用为40元，达到12万总时长1小时费用为30元，达到10万总时长1小时费用为20元。

3、具体1小时费用标准确定后，该月甲方向乙方支付的直播合作劳务费用为，1小时费用标准乘以该月观看总时长，扣除该月应当扣除费用。

4、如果乙方认为该月甲方支付的费用计算存在错误，应在收到费用3日内书面向甲方提出，否则视为乙方对该月支付费用没有任何异议。

**节目招商合同范本5**

项目名称：

合同签订人：

甲方：

乙方：

引进单位：

签订时间：

签订地点：

甲方（以下简称甲方）:

法定代表人:

乙方（以下简称乙方）:

法定代表人:

甲、乙双方经过认真考察和磋商，本着互惠互利、共同发展的原则，现就乙方在江西省定南县兴办企业的有关事宜达成一致，特签订如下合同：

>一、项目名称、投资规模和生产经营规模

1、企业名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_（企业名称以工商部门登记为准）。

2、企业规模：总投资\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，注册资本金：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。(注：投资可分期，但所供土地原则上应在两年内使用完毕，特殊情况经批准后可展期一年)。

3、生产经营规模：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

4、经营期限：\_\_\_\_\_\_\_年。

5、经营范围：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

>二、企业地址及土地使用

1、乙方兴办企业地址位于江西省定南县,四周界址以规划用地图划定红线范围为准。

2、乙方通过招、拍、挂方式取得国有土地约亩[具体面积以供地红线图（含带征地）为准]，土地挂牌底价为万元/亩，土地使用期限伍拾年，土地性质为工业用地。

>三、甲方的权利和义务

1、甲方负责协助乙方申请办理本项目的批准文件和工商、税务等相关证照登记手续，相关费用由乙方承担。

2、甲方协助乙方在国土部门完成乙方企业用地招、拍、挂出让程序并办理好建设用地批准书。

3、甲方承诺在乙方取得建设用地批准书之前，为乙方协调好供水、供电、道路、通讯等部门将相关设施铺设到乙方厂区门口，所涉费用由甲方协助解决。

4、甲方应协调处理好本项目建设过程中及企业生产期间所涉民事纠纷及其它相关问题。

5、甲方应依法保障乙方员工人身、财产安全，保障乙方的合法权益，提供良好的投资环境和服务，落实好国家、省市以及定南县规定的各项优惠政策（政策有变化的，以各级政府制定并对外公布的相关文件为准）。

>四、乙方的权利和义务

1、乙方在本合同签定之日起10日内预付土地款\_\_\_\_\_\_\_%即：\_\_\_\_\_\_\_万元，并汇入甲方指定帐户，开户名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_；帐号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_；开户行：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。其余土地款应在办理建设用地批准书前支付完毕。

2、乙方享受国家、省市相关优惠政策和《\_\_\_\_\_\_\_县鼓励外来投资优惠办法》（\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_号）。

3、乙方须在取得建设用地批准书之日起30日内开工建设，并在18个月内完成工程建设并投产。否则，乙方不享受定南县的优惠政策。

4、乙方须依法建设，依法经营，企业建设和生产须符合国家产业政策。

5、乙方可自行设计企业厂房规划，但应符合县城建设规划要求，并报规划\_门备案，在建设中乙方如需变更，应经规划\_门批准。

6、乙方须办理好环评手续，搞好企业排污处理设施，确保企业“三废”达标排放。

7、乙方生产的产品须以当地注册公司的名义出口或销售。

8、乙方必须保证每亩固定资产投资强度达\_\_\_\_\_\_\_万元人民币以上。

9、乙方所取得的土地需经过定南县人民政府批准后方可转让。

>五、违约责任

1、若乙方违约，甲方有权收回土地使用权及合同其它条款的承诺，并按土地及地面附着物所需的费用进行补偿给甲方。

2、若甲方违约，未能为乙方提供相应服务，应对乙方因此造成的实际损失给予合理的补偿。

>六、合同的修改，变更与解除

1、对本合同及其附件的修改，必须经双方签署书面合同，才能生效。

2、由于不可抗力，致使合同无法履行，可以解除合同。

3、由于政策的调整导致合同无法在原来的基础上履行该合同，双方可协商变更或解除合同。

4、一方违约，另一方可以解除该合同。

>七、合同争议解决方式

本合同在履行过程中发生争议，由双方当事人协商解决，协商不成的，依法向人民法院提起诉讼。

>八、合同生效及其他

1、本合同未尽事宜，可由双方当事人协商后签订补充合同，补充合同与合同正本具有同等法律效力。

2、本合同经甲、乙双方或授权代表在江西省定南县签订，经双方签字、盖章后生效。

3、本合同一式四份，甲、乙双、引资单位和定南县政府办各执一份，复印件分别报送有关部门。

甲方（公章）：\_\_\_\_\_\_\_

乙方（公章）：\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人（签字）：\_\_\_\_\_\_

\_法定代表人（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

引资单位（公章）：\_\_\_\_\_\_\_

代表（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签约时间：\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日

**节目招商合同范本6**

项目名称：

合同签订人：

甲方：

乙方：

引进单位：

签订时间：

签订地点：

甲方（以下简称甲方）:

法定代表人:

乙方（以下简称乙方）:

法定代表人:

甲、乙双方经过认真考察和磋商，本着互惠互利、共同发展的原则，现就乙方在江西省定南县兴办企业的有关事宜达成一致，特签订如下合同：

一、项目名称、投资规模和生产经营规模

1、企业名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_（企业名称以工商部门登记为准）。

2、企业规模：总投资\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，注册资本金：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。(注：投资可分期，但所供土地原则上应在两年内使用完毕，特殊情况经批准后可展期一年)。

3、生产经营规模：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

4、经营期限：\_\_\_\_\_\_\_年。

5、经营范围：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

二、企业地址及土地使用

1、乙方兴办企业地址位于江西省定南县,四周界址以规划用地图划定红线范围为准。

2、乙方通过招、拍、挂方式取得国有土地约亩[具体面积以供地红线图（含带征地）为准]，土地挂牌底价为万元/亩，土地使用期限伍拾年，土地性质为工业用地。

三、甲方的权利和义务

1、甲方负责协助乙方申请办理本项目的批准文件和工商、税务等相关证照登记手续，相关费用由乙方承担。

2、甲方协助乙方在国土部门完成乙方企业用地招、拍、挂出让程序并办理好建设用地批准书。

3、甲方承诺在乙方取得建设用地批准书之前，为乙方协调好供水、供电、道路、通讯等部门将相关设施铺设到乙方厂区门口，所涉费用由甲方协助解决。

4、甲方应协调处理好本项目建设过程中及企业生产期间所涉民事纠纷及其它相关问题。

5、甲方应依法保障乙方员工人身、财产安全，保障乙方的合法权益，提供良好的投资环境和服务，落实好国家、省市以及定南县规定的各项优惠政策（政策有变化的，以各级政府制定并对外公布的`相关文件为准）。

四、乙方的权利和义务

1、乙方在本合同签定之日起10日内预付土地款\_\_\_\_\_\_\_%即：\_\_\_\_\_\_\_万元，并汇入甲方指定帐户，开户名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_；帐号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_；开户行：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。其余土地款应在办理建设用地批准书前支付完毕。

2、乙方享受国家、省市相关优惠政策和《\_\_\_\_\_\_\_县鼓励外来投资优惠办法》（\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_号）。

3、乙方须在取得建设用地批准书之日起30日内开工建设，并在18个月内完成工程建设并投产。否则，乙方不享受定南县的优惠政策。

4、乙方须依法建设，依法经营，企业建设和生产须符合国家产业政策。

5、乙方可自行设计企业厂房规划，但应符合县城建设规划要求，并报规划\_门备案，在建设中乙方如需变更，应经规划\_门批准。

6、乙方须办理好环评手续，搞好企业排污处理设施，确保企业“三废”达标排放。

7、乙方生产的产品须以当地注册公司的名义出口或销售。

8、乙方必须保证每亩固定资产投资强度达\_\_\_\_\_\_\_万元人民币以上。

9、乙方所取得的土地需经过定南县人民政府批准后方可转让。

五、违约责任

1、若乙方违约，甲方有权收回土地使用权及合同其它条款的承诺，并按土地及地面附着物所需的费用进行补偿给甲方。

2、若甲方违约，未能为乙方提供相应服务，应对乙方因此造成的实际损失给予合理的补偿。

六、合同的修改，变更与解除

1、对本合同及其附件的修改，必须经双方签署书面合同，才能生效。

2、由于不可抗力，致使合同无法履行，可以解除合同。

3、由于政策的调整导致合同无法在原来的基础上履行该合同，双方可协商变更或解除合同。

4、一方违约，另一方可以解除该合同。

七、合同争议解决方式

本合同在履行过程中发生争议，由双方当事人协商解决，协商不成的，依法向人民法院提起诉讼。

八、合同生效及其他

1、本合同未尽事宜，可由双方当事人协商后签订补充合同，补充合同与合同正本具有同等法律效力。

2、本合同经甲、乙双方或授权代表在江西省定南县签订，经双方签字、盖章后生效。

3、本合同一式四份，甲、乙双、引资单位和定南县政府办各执一份，复印件分别报送有关部门。

甲方（公章）：\_\_\_\_\_\_\_乙方（公章）：\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人（签字）：\_\_\_\_\_\_\_法定代表人（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

引资单位（公章）：\_\_\_\_\_\_\_代表（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签约时间：\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日

**节目招商合同范本7**

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

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

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

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

甲乙双方本着平等、互利的原则，经充分协商，就《\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_》广告代理事宜达成协议并同意共同遵守以下条款。

第一条双方关系1、协议双方均为公司法人，作为相互独立的缔约人。

2、乙方愿意作为《\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_》广告代理，甲方同意乙方作为《\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_》广告代理。双方承诺，为拓展《\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_》的广告业务、为维护并提升双方的商业形象和声誉共同努力。

3、双方同意，除协议中已表达的相互关系之外，各方都有独立的权利和义务，任何一方的债务或经营行为引起第三方诉讼、索赔，均由该方独立承担，对方不承担连带责任。

4、双方同意，乙方代理甲方广告业务的期限为\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日。在此期间，乙方不得将广告代理权转授第三方，否则甲方有权取消乙方广告代理的资格，并要求经济赔偿。

5、为沟通情况、交换信息、协调业务，双方同意定期或不定期地举行工作协调会议。

第二条甲方的责任和义务

1、乙方为甲方提供《\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_》广告图片，版面按协议月度安排：每月提供不少于\_\_\_\_\_个图片；如有特殊广告图片要求，应提前一周向甲方申报。

2、甲方按协议数量保证乙方广告图片或乙方广告图片未能充分利用的情况下，甲方有权自行安排广告图片位置。

3、甲方有权监督检查乙方业务开展情况；审定、发布乙方承揽的广告。有权根据市场情况调整广告刊例价格，并以书面形式通知乙方。

4、甲方有义务让乙方知晓每月杂志的选题，供乙方在广告代理业务中参考。甲方同意乙方拥有对拟开展专题活动的建议权。

5、甲方同意为乙方联络的客户提供广告设计、活动策划和相应的支持，根据双方协议，收取相关费用。

6、甲方同意乙方作为《\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_》行业app的签订单位。

第三条乙方的责任和义务1、乙方有责任全力开拓《\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_》广告市场，培育客户群，在代理业务中保证向客户提供良好服务，不以欺诈、胁迫等不正当手段损害客户的利益以及甲方的声誉。

在市场开拓中，对甲方明确提示为保密资料的信息给予保密。

代理活动中产生的一切费用由乙方自理。

2、乙方保证，严格按照甲方规定的广告放置价格同客户洽谈业务。特殊情况由乙方请示甲方同意后方可执行。

乙方提供甲方招商的所有广告均应符合\_法律、法规和相关政策规定。

乙方违反保证给甲方造成损失的，由乙方承担赔偿责任。

乙方代理的广告，经甲方审核，如因相关资格不具备而导致不能投放广告，乙方应及时通知客户，经客户确认后尽快办理退费手续。

3、乙方向甲方支付代理费用的办法：按照广告客户的实际到款额，甲方得\_\_\_\_\_%、乙方分得\_\_\_\_\_%的比例结算，各自承担税费。乙方在广告款到位后一周内同甲方结算。双方参

与组织的经营活动，扣除活动成本后按甲方得\_\_\_\_\_%、乙方分得\_\_\_\_\_%的比例结算，各自承担税费。

4、乙方同意在协议期内向甲方提交完整准确的广告客户资料作为备份。乙方与广告客户的合作协议由乙方妥善保管，因乙方原因造成客户纠纷或损失，由乙方自行负责解决。

**节目招商合同范本8**

甲方： (以下简称为甲方)

代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方： (以下简称为乙方)

身份证号码：

甲、乙双方在诚实信用、平等自愿的基础上，经友好协商，现对乙方准备在甲方区域内投资设立企业的相关事宜，达成本协议书，具体内容如下：

一、项目情况：

1、乙方准备在甲方区域内投资设立(企业名称)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(最终以工商部门核准的为准)，招商引资投资合同范本。

2、投资项目的生产经营范围\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

3、项目总投资\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元，固定资产投资在\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元以上，两年内到位。

4、乙方投资公司的地址选在\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，占地约\_\_\_\_\_亩，详见后附之示意图。

5、乙方投资的项目在定南注册、经营生产，并且以这个企业的名义报关出口或销售，并在土地交付使用后壹年内正式投产。

二、土地事宜：

1、乙方购得以上\_\_\_\_\_亩国有土地50年的使用权，其土地性质为工业用地。

2、以上土地的单价为￥\_\_\_\_\_\_\_\_元/亩(大写人民币\_\_万元/亩)，土地总地价为人民币\_\_\_\_\_\_\_\_\_元。(大写人民币\_\_\_\_\_\_\_\_元整)。

3、本协议正式签订后10个工作日之内，乙方先支付80%购地款，合计￥\_\_\_\_\_\_元(大写人民币\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元整)，用作甲方征用土地的专用资金;在甲方收到此购地款后\_\_\_\_个工作日内，应完成征地工作，并将土地实际交付给乙方使用，同时乙方将剩余购地款一次性支付给甲方，并且由甲方负责与 县国土资源局及相关部门协调、办理正式的《建设用地许可证》给乙方。

4、在上述土地交付给乙方使用后一个月内，甲方应办好土地的《国有土地使用权证》交给乙方收存。

5、在甲方将以上土地交付给乙方使用时，甲方应保证通路(水泥路面)、通水、通电、通讯到达以上土地的红线处，供乙方使用。

6、征用以上土地的工作及支付的相关费用均由甲方负责，与乙方无关。

三、优惠政策：

甲方保证乙方在 投资的公司享受 人民政府于 频布的文件，即《鼓励外来投资优惠办法的通知》中的优惠政策，合同范本《招商引资投资合同范本》。

四、甲方承担的责任和义务：

1、权益保障：甲方有责任依法保障乙方在甲方境内的人身财产安全和其它合法权益，并提供良好的投资环境和优质的协调服务。

2、建厂协助：乙方可自行组织规划设计整个企业建厂方案，报 县建设规划部门审批后，自筹资金开工建设，在此过程中，甲方应予大力协助。

3、提供服务：

乙方在投资过程中需办理的相关手续，应由甲方本着主动热情服务的原则，积极协调配合，加以妥善解决遇到的有关问题。

协助企业的立项、报批。

甲方应当协助乙方在\_\_\_\_年\_\_月\_\_日前办理完毕工商、税务登记手续。

协助乙方协调有关部门及周边镇、村、农户的关系，处理纠纷，维护乙方正常的生产秩序。

五、乙方承担的责任和义务：

1、积极实施企业工程建设：乙方应积极组织工程建设，确保企业在土地交付使用后壹年内投产。

2、设计报批：乙方可自行编制施工设计书，可自主聘请具备相应资质的建筑队和工程监理、质检人员进行施工，但施工建设、设计书和建筑队伍资质等资料需经甲方审批，或登记备案。

3、厂内管理：乙方厂区内的社区服务和保安工作，应接受当地有相关业务部门的指导。

4、环境保护：乙方自行搞好排污处理、确保“三废”达标排放，做好防治水土流失工作。

5、安全保障：乙方施工和生产过程中，应做到文明施工和安全生产，如发生质量事故或安全事故，责任由乙方自行承担。

6、法律义务：本协议适用\_法律，乙方须遵守\_法律、法规，不得损害社会公共利益，应承担\_法律、法规规定的其它义务。

六、违约责任：

如一方违约，则违约方必须赔偿因违约造成对方经济损失，并承担法律责任。

七、其它：

八、本协议书的效力：

本协议书一经双方代表签字，并加盖公章后生效。

本协议书一式二份，甲、乙双方各执一份，具有同等法律效力。

甲方(盖章)： 乙方(盖章)：

代表(签字)： 代表(签字)：

签约地点：

签约时间： 年 月 日

**节目招商合同范本9**

一、前言

大学是学生由学校走向社会的入海口，在这里“两水”交汇处不断撞击出层层浪花，这些浪花正是欲望和需求的产生之处。因此，在大学和社会这两种浪潮的冲击下，激发出大学生强烈的好奇心，他们在忙于学习之余，又迫不及待地去了解社会上的一切。在大学生活中，大学生对自己的生活具有更高的支配权，为了满足好奇的心理需求，大学生会不惜金钱，时间和精力去尝试各种新鲜事物，从而形成了一个具有高消费欲望的潜在市场。所以，我们运用指南强有力的宣传渠道，随时随地把商家的广告展现在大学生面前。

二、宗旨

为大学生提供更多社会和市场信息，为大学学习与社会实践接轨提供帮助，正确引导大学生如何消费，提倡绿色消费;为大学生提供更多的创业信息，为大学生自主创业提供了指导，正确引导大学生如何处理学业与创业之间的关系，提倡理论与实践相结合;为优秀的商家提供新的市场选择，创造出更高的经济效益。

三、指南的发展方向：

由一本普通的宣传小册发展成一本《大学生消费指南》的杂志，把健康的、真实的、时尚的商品信息传达给大学生。

四、指南的发展目标：

《大学生消费指南》成大学生心中的一本具有权威性的导购杂志。

五、市场分析

在市场营销观念不断增强的当代，市场的竞争越来越激烈，在商家之间，品牌的作用和顾客的培养受到空前的重视，而学生市场是一个巨大的潜在消费市场，将成为商家们发展战略的必争之地。

1、有的商家担心，学生是没有收入的消费群，消费能力很有限。但是据我们调查了解所得:本消费指南的主要范围为私立高等学院。私立高等学院的高学费门槛，筛选出一批具有高消费能力的学生，再加上80后，独生子女居多，这类学生的消费水平更加高(据调查:全校平均每个学生每月的生活费为800，一个月用于基本消费的开支为550，还有250是自由支配的零花钱，现在学校只有两届学生，人数为7000多人，以7000人为例，每个月会有175万消费空间)。有如此大的消费空间市场，充分地体现出我们消费指南的价值，也消除了商家们的担忧。

2、从消费者是大学生的角度看，通过我们的宣传能把商家的品牌带进大学生的心中，影响的是一个人，但一个大学生所能影响的人不止一个。随着受教育水平的提高，大学生在各自家庭中具有更高的决策权力，他们的消费导向会影响着家人的消费选择;对一个品牌的了解，消费者往往会受到身边朋友的影响，特别是年青人。因此，付出一个人的宣传费用，却能起到向一群人宣传的效果。

3、在校大学生的生活和工作负担低，限制消费的客观条件少，与社会人士相比之下，大学生的自制力比较差，对自身的消费规划力度不强，容易受到外界的影响，因此，大学生消费被诱导性很强。

4、在校内宣传应该更注重对品牌知名度的提升，提高自身在大学生市场的竞争力，大学生是未来的消费主力群体，企业品牌宣传从校园做起，将为商家构建起一个长期稳定的顾客群打下了坚实的基础。

据我们调查，学生消费的热点主要是:

1、文化用品: 集中在数码产品，手机，电脑和学习用品等。

2、精品服饰: 集中在品牌服装，工艺，精品装饰和运动系列等。

3、日常消费: 集中在特色餐饮，小吃和日用商品等。

4、美容美发: 集中在化妆用品，护肤品，美发用品和美甲等。

5、娱乐消费: 集中在中高档KTV，网吧等。

6、旅游消费: 集中在游乐园，名胜古迹和各大旅游景点等。

耐克公司的首席执行官菲尔奈特认为:“青少年的模仿能力极强，对品牌也极为敏感”。虽然是这样，但宣传并不是一次就达到最终目的，而是需要一个长期的宣传才能形成品牌效应，因此本俱乐部希望能得到商家们的长期支持，共同努力，把宣传的效果推向最大化。

六、指南内容简要：

本《策划》是由本俱乐部联合各商家主办的一本在为大学生提供各种社会实践信息，引导大学生正确消费与为商家提供一个开阔的宣传平台的免费派放的宣传性月刊。同时亦是本俱乐部的重点开发项目，月刊全名为《大学生消费指南》。

为了为商家所投放的广告更高效，更清晰地展示在消费者的眼前，本刊主要分为以下几大板块。1、封面及封底广告 2、哗啦啦本月推荐 3、低价促销特卖场 4、摆摊活动信息 5、兼职信息平台 6、产品使用小常识 7、客户心声 8、优惠券。

详细内容:

1、封面及封底广告

在月刊的封面和封底的相关位置投放商家的广告,其中费用高于在内页的.

2、哗啦啦本月推荐

此栏目是本月刊的头炮,宣传性强,主要推荐符合季节特点或与潮流最前线贴近的产品信息,或者大份额的投资商.

3、低价促销特卖场

供有大量滞销产品,或是正搞促销活动的商家投用

4、摆摊活动信息

为在校里有滞销产品的会员作信息宣传

5、兼职信息

为在校有志做兼职的同学与用人商家之间建立交流平台

6、产品使用小常识

此栏目资料原则上由广告商提供,介绍产品的用途、特点和使用小技巧、适用人群等信息

7．客户心声

此栏目为宣传广告的正文内容

8．优惠券

在月刊封底，每张优惠券背面印有“哗啦啦”字样。

七、指南特点：

1、针对性

刊物直接将广告信息传递给客户，具有强烈的选择性和针对性，有的放矢，减少浪费。读者对象明确，读者相对比较集中和稳定，采用点对点的定向发行手段，并不追求发行量，而是追求发行的有效性。

2、免费性

我们的刊物，区别于传统期刊的优势之一是以主动派送的方式，免费赠送，刊物可以没有选择障碍地进入读者手中，优越的方式使刊物在学生中被阅读率可达98%。

3、最大化

我们的刊物发行对象是固定的，一对一的直接发送，可以减少信息传递过程中的客观因素的干扰，所以读者在获取信息时不受外界的影响，把广告客户的信息毫不保留的展示在读者面前，使广告效果达到最大化。

4、时间长

一个30秒的电视广告，它的信息在30秒后荡然无存，易受客观条件的影响。我们刊物则明显不同，在消费者做出最后决定之前，可以反复翻阅商家的广告信息，并以此作为参照物来详尽了解商品的各项性能指标，更好的引导消费做出最后的购买决定。

八、指南的广告板式安排：（指南：2500本   宣传范围10000人左右）

纸张规格：125铜纸   尺寸：A5

封面：900元  1面

封底：800元  1面

封面2、3、4、5、6面：700元  1面

封底2、3、4、5、6面：700元  1面

中页左、右两页：700元（1面：400元）

内页：300元

九、回报效益：

广告效益：搭起消费者与商家交流的桥梁，小投入大回报。

品牌效益：独特的集中文化，休闲，娱乐于一体的指导性消费指南进行宣传，广告投资商可借助本刊物在大学生中树立品牌形象。促使商家的品牌知名度和信誉度进一步的提高，顾客对商家的满意指数也就稳步的提升，为商家的品牌扩张和大学生市场抢占打下坚实的基础。

促销活动：本刊物可帮助广告商发放打折卡，优惠券，代金券等。扩大促销活动所针对的消费群体范围，提高促销活动的回报率。

**节目招商合同范本10**

甲方：

法定代表人：

联系方式：

地址：

乙方：

法定代表人：

联系方式：

地址：

甲乙双方本着自愿平等、互惠互利、诚实信用的原则，经双方友好协商，就乙方加盟甲方\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_相关事宜，订立如下合同条款，以资共同恪守履行。

一、加盟区域

1、乙方的加盟代理区域为：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

二、加盟权限

1、甲方授权乙方为\_\_\_\_\_\_\_\_\_地区的独家代理商。

2、甲方不得在乙方代理的区域內另设其他加盟代理商，如果甲方违约乙方有权立即终止代理合同。

3、乙方所造地区的加盟店由总部控股\_\_\_\_%，由乙方委托甲方直接管理。

4、在甲方授权乙方的所在区域内从事生产经营活动。

5、乙方不得以任何的理由干涉所在区域门店的任何事情。

6、合同期满之后乙方所在区域的门店由甲方完全控股。

三、加盟期限

1、本合同的代理期限为\_\_\_\_\_年，从本合同签订之日起至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止。

双方可根据本合同的约定提前终止或续期。

2、乙方要求对本合同续期的，应至少在本合同期限届满前提前\_\_\_\_\_\_个月向甲方书面提出。甲方同意的，与乙方签订续期合同。

3、甲、乙双方约定，在本合同期限届满时，乙方满足以下条件可以续约：

（1）较好地履行了本合同的义务，沒有发生过重大违约行为。

（2）已经向甲方支付了到期的全部款項。

四、加盟费用

1、价格：乙方加盟\_\_\_\_\_\_\_\_\_区，加盟的\'金额\_\_\_\_\_\_\_\_\_万（大写）。

2、甲乙双方按所持股份承担所在地区门店的运营费用，利润按所持股份分配。

五、争议处理

1、本合同受\_法律管辖並按其进行解释。

2、因履行本合同引起的或与本合同有关的争议，双方应首先通过友好协解決，如果协商不能解决争议，依法向\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_人民法院起诉。

六、其他

1、本合同未尽事宜，依照有关法律、法规执行，法律、法规未作规定的，甲乙双方可以达成书面补充合同，补充合同与本协议具有同等效力。

2、本合同一式\_\_\_\_\_份，甲方持\_\_\_\_\_份，乙方持\_\_\_\_\_份。

甲方（签字或盖章）：

签订日期：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

签订地点：

乙方（签字或盖章）：

签订日期：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

签订地点：

**节目招商合同范本11**

广告招商策划书

一、策划目标

受“XX市新华水产蔬菜有限公司”招商办之邀，对于元月8日开市的“北大街海鲜水产交易市场”总营业面积4560㎡的剩余100余个摊位、40间余市场内店铺，进行招商项目策划。策划诉求招商目标：1、按时间和租赁率分别为6月末达到60%;9月末达到70%;12月末达到80%以上。2、使该市场真正成为省会有规模、有特色、上档次、市场占有率高，辐射周边市县的批发、零售的“海鲜水产交易市场”。

二、目前“市场”现状及背景

“市场”地处省会XX商业中心的新华路与北大街交叉路口，“蓝钻名座”负一层，东临我国北方最大的南三条小商品批发市场，雄锯全国著名的新华集贸市场，附近常住居民4万人，南方沿海省份在石经商及全国各地的暂住和常驻人口近百万人。

该“市场”是在原有的占道经营的老市场基础上，投重资兴建而成的具有良好的经营环境、现代化的管理水平，适应当今消费水平的。独具特色的“海鲜水产交易市场”。

“新市场”规模的扩大、营业面积的增加，仅靠原有商户的经营，原有消费者的消费是远远不能满足该市场建设功能高效发挥的。如果不指定正确的经销战略、使用快速启动市场的手段、采取有效的招商方案，势必会造成如下几点不良后果：

剩余的经营摊位、店铺长期闲置，会对原有商户在经营成本较老市场增加的情况下，失去长期经营的积极性。对剩余经营摊位、店铺引进新商户的招商工作增加了难度。延长投资者的资金回笼和投资回报，增大经营者的经营风险。

三、“海鲜水产交易市场”分析

1、客观分析：随着消费者生活水平的不断提高;春节前后禽流感病毒的爆发;人们对畜禽类肉食品的“敬而远之”等项优势和机遇，有望增加对海鲜水产品的消费趋势。据“全国水产技术推广总站”报道“禽流感病毒难侵水产动物”，报道中专门对禽流感对鱼类等水产养殖动物到底有无影响?记者专门采访了这方面的权威人士，农业部渔业动植物病原仓库主任、上海水产大学杨先乐教授。他认为，水生动物被禽流感、SARS冠状病毒以及其他人或畜禽方面的病毒感染的概率非常小。就目前的研究来看，人、畜禽、水产动物共患的病毒病还未发现，因为水生动物是变温动物，而畜禽(包括人)是恒温动物，这之间的差异会导致病毒在敏感性上的不同，禽流感病毒对畜禽敏感，而对水产动物就不敏感。所以，食用水产品还是比较安全的。

通过这次几十年未遇的禽流感病毒病的感染爆发，专家做的科学论断和社会的进步、科学知识的发展，消费者在饮食消费方面也逐步趋向科学化，这将对海鲜类水产品消费市场起到一个推波助澜的作用。所以该“市场”定位于“海鲜水产交易市场”适应新时代消费者的消费观念。

2、微观分析：该市场所处优势的地理位置，所辐射的较稳固的海鲜水产类食品消费群体，对从老市迁入的原有商户奠定了一个较稳定的经营基础。但对投资规模增大的新市场来说，就得需要招来更多市场竞争，原有的消费群体就会分流，又会给市场内所有经销商增加了经营风险的概率。为何要先考虑商户的利益和风险?因为，只有商户利益得到了保证，“市场”才能走向繁荣，投资商和市场经营者才能得到最大利益的回报。

四、总体策划战略

“招商”与“造市”双管齐下，同步进行。

首先要阐明“招商”与“造市”的关系，市场规模扩大了，营业面积增加了，招商工作固然重要。但为了招商工作的顺利进行，“造市”工作不可低估，它可对招商工作起到关键的、推波助澜的重要作用。“招商”是目的，“造市”是手段，“造市”又是一项长期繁荣市场的经营策略，开局非常关键。

“招商”方略：

在指定招商计划前，首先要分析招商的目标，商户引进对象在哪里?海鲜水产养殖基地在哪里?弄清了这些才能有的放矢，做出周密的招商计划，如：选择哪几条招商信息传播渠道，确定哪几个广告传播媒体和传播形式，才能有计划、较准确的做出广告营销、预算费用。

“造市”方略(营销方略)

在指定出招商方案的同时，“造市”营销方案也要同步进行和实施。以提高“海鲜水产品交易市场”知名度为手段，以扩大市场占有率，实现“市场”的批发功能，来达到繁荣海鲜水产品市场的目的。

五、招商方案细则

1、在原指定出的单位面积租赁期限、收费价格的基础上，根据已接触商户对市场的反映和要求，灵活修改方案，让欲进入市场经营的商户，多几种选择，少一份压力，充满信心，轻松入驻市场经营。可再增加如下几种选择：

可采取“先进入，后选择，试营业”的实验法，根据我们的招商进度时间表，限时做出决定鉴定租赁合同。可：6月底算个时限，9月末算个时限，再根据商户做出决定时间的先前，指定出不同时间的优惠政策，合同鉴定越早，优惠政策越好，在试营业的前提下，利用优惠政策吸引商户留下来，安心经营。

用“分解法”划小招商单位面积，减轻商户投资压力。把一个摊位或一个门市分解成二块招商，但在租赁价格上可适当提高，这样就可适应一些经营品种较单调的小商户和品种单一的水产养殖户不浪费摊位面积的现象，从而扩大一批商户入驻市场的可能性。

用“组合法优惠法”对一些有实力、有经营头脑，经营品种多的大商户，可实行多租多优惠的政策，鼓励大商户多租摊位，市场内成规模经营。

2、确定目标招商群体，选择招商信息传播渠道。

根据不同的目标招商群体，选择不同的信息传播渠道、传播形式。

对无定位目标招商群体，可选择传统的大众传播媒体，如：报纸、电视，把招商信息传播给这些无定位目标群体。

对在“海鲜水产品”经营方面有经验的，又在本市内市外正在搞“海鲜水产品”经营的目标招商群体，可采取“走出去，请进来”的方式，把已印制好的宣传页，到市内外的“海鲜水产品市场，发放给这些海鲜水产品经营者，让这些海鲜水产品经营者更加详细的了解我们的经营环境，经营优势，从而把这些海鲜水产品经营者吸引过来，进入我们的市场。

对分散在省会周边市县的海鲜水产品养殖户，可通过各级县市的水产主管部门，了解到各水产养殖户的通讯地址、电话及较详细的信息，通过信函形式把印制好的彩色宣传页及其它有关市场招商的资料寄送给这一目标招商群体，让他们也享受到批发市场的规模效益和零售市场巨大利益。

对全国各地及沿海地区的海鲜水产基地的目标招商群体，可选择广告信息传播费用较低、辐射范围较大的网络媒体，把全国各地的海鲜水产客商汇聚到我们的市场。

招商广告内容的体现：

体现市场的“地理优越性”，要简单明了，重点突出：“地处省会黄金宝地、东临我国北方最大的‘南三条’市场，雄踞全国闻名的‘新华集贸市场’，全国各地及南方沿海地区客商聚集常驻或暂驻人口近百万人，海鲜风味大小饭店分布四周。”

体现“市场”的规模性，要重点突出“市场”的批发功能，零售优势、大而全的功能。广告语：当您步入这冬暖夏凉的、具有现代化气息的市场就像进入无水有情的海洋世界，让您目不暇接。

经营范围，要突出特色，以海鲜水产为主，其它连带市食品为辅，不要把连带商品一一列出，以免淡化主题。

广告内容表现规律：就是要让目标商户有一种，刺激感、紧迫感，用夸张手段去表现，如：“元月八日试开业，商户入驻率就达60%，至今商户纷涌不断，……”“剩余摊位有限”。不必要诚实的表现一些，如：“由于新市场面积的增大，租赁价格与老市场相当”。

六、“造势”提高知名度，营销繁荣海鲜市

一种新生事物推广、一个新市场的\'开拓，都需要在提高知名度和强有利的营销措施上，下一翻硬功夫，海鲜水产品靠商户营，时常要长久繁荣，得要市场管理者去扬名，去搞好营销，投资者才能得到高效的汇报。下面是本案关于如何提高“市场”知名度和市场营销的实施细则：

市场CI设计：

因为该市场虽然地处省会中心繁荣地带，但毕竟是在“蓝钻名座”的负一层，地面以上无影无踪。这一先天的不足需要弥补，必须要达到地上有影，街上有名的市场形象，及在“蓝钻名座”广场市场入口外设立突出“海鲜水产品交易市场”的标志性导视牌，在北大街南口，新华路交叉口设立醒目的永久性突出“市场”特色的大龙门。真正让处在地下的“大市场”的形象矗立在省会繁华的商业圈内。

把营销信息传播到每一个目标触角。扩大市场占有率。

针对海鲜水产品消费者的不同层次和消费团体，把彩页广告，有针对性的散发给市场内、外，各大宾馆，饭店的采购人员，让这些潜在的消费这买海鲜水产品，都来该市场消费。

服务营销：

借市政府对省会“菜篮子”工程提供的诸多优惠政策，争取政府有关部门为该市场的经销商，经市场内商户认可的供货商，团体消费者，开通一条或多条“菜篮子工程”绿色通道，借新华路这条交通管制较松的物流线，为全国各地的海鲜水产供货商和周边县市的集团消费者办理“绿色通行证”，使市场内的经销商满意、高兴，从而促使招商工作的顺利开展，使到该时常消费的大客户，畅通无阻，扩大市场占有率。

规范市场管理，赢得消费者信誉，提高市场人气。

市场经营者要建立一套完备的监管机制，设立公平称，质检员，避免一些不法商户可还消费者的现象出现，真正让到市场消费的顾客买的称心，吃的放心，来赢得市场的长久繁荣。

科普营销，引导消费：

根据该市场的经营品种特色，和特色规模，我们有责任，有义务担当起引导省会人民多吃海鲜水产品的消费习惯。借这次禽流感病毒爆发的机遇，人们对畜禽肉食品的“敬而远之”的影响，借水产权威人士杨先乐教授的科学论断，在该市场显要的位置进出口通道设立科学食谱宣传栏，让更多消费者了解到多吃海鲜水产品的好处，引导和开发省会海鲜水产品市场的巨大市场。

借市扬名、降低营销成本。

对于该市场广告宣传口径，要又一个准确的定位。

市场全称：“北大街海鲜水产交易市场”，名称已定不能随意变动。就是要突出“海鲜水产”有特色的四个字。

准确地处位置：“新华路与北大街交叉口，蓝钻名座负一层”，不宜用“北大街海鲜城商务公寓”，因为在一个消费者心目中陌生的名字要打知名度需要投入一大笔宣传费用才能达到预期的效果。如果借用“蓝钻名座”正在大规模投入招商广告的“热势”，打出“蓝钻名座负一层”的地理位置，就能让目标招商群体、目标消费群体更准确明了“海鲜水产交易市场”的详细位置，从而起事半功倍的效果。

制造时间，新闻营销。

围绕各级政府关注的“菜篮子”工程、“绿色通道”工程，大做文章，邀请新闻记者在各种每体进行报道。如“为消费者解决买难，为水产养殖户解决卖难”，“建立市场监督机制，维护消费者利益”等为题材，会起到免费的软文广告作用。

做好营销费用、投资计划，不打无把握之仗，无目标投入。

分析该市场现招商状况，分析剩余摊位招商目标，选择不同的信息传播媒体，不同的媒体的投资费用。根据招商项目的难易程度和投资规模，一般掌握在项目总投资额的3-5%之间，该市场扣除，在市场整体迁入的优势因素，招商广告的投入也要在2%左右，如果同时发布针对消费者营销广告，还要追加投入计划。

媒体投放计划如下：

选择发行量大辐射范围广的《燕赵都市报》用1/2套红版面，发布招商广告每周一期2期约用50000元。  选择省会及周边市县发行量大的《燕赵晚报》1/2套红版面，发布针对消费层面的促销广告，活跃市场，分每周一期做2期，约50000元。

印刷数万份招商彩色宣传页，散发到各个水产市场、蔬菜市场的水产经营者，消费者和各大宾馆、饭店、周边县市的水产品养殖基地。(招商内容和促销内容的宣传页要有针对性，不能在同一个版面出现两项内容)投资大约50000元。

选择投入费用低、传播大的网络媒体，发布招商广告，时间可投放到招商结束，约需投放5000-10000元。

选择免费的“中国农副产品供求网”、“中国水产网”“中国渔业政府网”等多个网站发布文字招商信息。

七、实施概述

首先市场决策层要对本案例反复论证，达成共认，然后，对本案集体实施操作的全体员工说明本案的重要意义。以免在实施、操作中草率行事，不负责任的现象出现。方案再好，如果在运作实施当中，走偏差，工作不精不细、不用心，也不会达到预期的效果。只要用“东购”人的“用心做好每一分”的企业精神，没有办不成的事，达不到的目的。

**节目招商合同范本12**

甲方：乙方

住址：住址：

法人代表：法人代表：

职务：职务：

电话：电话：

甲、乙双方经协商一致，就 项目招商事宜达成如下合同条款，以兹双方共同遵守：

第一条：项目概况

名称：

地址：

委托范围：（包括甲方及其股东留存物业和已出售物业，但已出售产权单位，由乙方自行与产权人协调代理事宜）的招商工作。

关于面积：项目商业总建筑面积平方米。甲方及其股东未售部分（即自有产权）建筑面积平方米，其中一层平方米，二层平方米，三层平方米，四层平方米；已售部分建筑面积平方米，其中一层平方米，二层平方米，三层平方米，四层平方米。

委托价格：双方约定，甲方及其股东留存物业在约定免租期期满前一个月，由甲、乙双方协商确定具体租赁价格和收取方式，但甲方及其股东留存物业在合同签订后三年内最高租赁价格不超出一层元/平方米 月；二层元/平方米 月；三层元/平方米 月；四层元/平方米 月；已出售产权单位，由乙方自行与产权人协调租赁价格和优惠政策。

第二条：委托期限

招商委托及经营管理期限：长期，若因产权人的原因除外。

第三条：招商目标任务

1、招商目标任务系指以项目商业总面积为基数，达到的有效商业物业面积之出租率，包括现有商业出租面积和由乙方招租的面积。

2、有效出租指租赁期不低于12个月之租赁合同。

3、双方确认项目商业总建筑面积平方米，现有已招商出租面积平方米，即物业面积出租率%。未招商总建筑面积平方米。在委托招商期内并在现有商家的基础上，第一个合同年度招商目标任务为达到有效商业物业面积的45%，即完成招商面积平方米；第二个合同年度招商目标任务为达到有效商业物业面积的60%，即完成招商面积平方米；第三个合同年度招商目标任务为达到有效商业物业面积的80%，即完成招商面积平方米；之后每年有效商业物业面积出租率保持在80%以上。

4、考评办法：甲方按每个合同年度四个季度的租赁合同（签约时间不得低于1年）并结合开门率平均值进行考评，每季度不定期考评一次，每年四次；考评由甲、乙双方共同进行，考评结果由甲、乙双方共同签章确认。

第四条：履约担保

1、乙方的股东以其自有资产对该合同中乙方所涉及到的义务和责任，承担连带担保责任，并提供住房一套作抵押（以下简称抵押物），该抵押物位于成都市，产权面积平方米，评估价值元，产权人，产权证号，土地证号，持有人。抵押物评估报告由乙方提供，并须由甲方认可。

2、在签订本合同前，甲、乙双方必须到房管局办理完成该抵押物抵押担保手续和它项权证，它项权证、评估报告和相关资料等交甲方保管。

3、抵押期限：自本合同生效之日起至乙方全部完成明珠时代的招商工作时止。

第五条：奖惩办法

1、若乙方不能完成第三条规定的招商目标任务，在每个合同年度考评结束一周内以现金方式向甲方支付违约金。违约金按年支付（截止于一个合同年度）：第一个合同年度支付违约金万元人民币，第二个合同年度支付违约金万元人民币，第三个合同年度支付违约金万元人民币。

2、若第一个合同年度有效招商面积比现有已招商面积下降，乙方应增加支付违约金万元人民币，以后每一个合同年度出现有效招商面积比上一个合同年度的目标任务下降，则该合同年度均应增加支付违约金4万元人民币。

3、若乙方未按上述规定支付违约金，则甲方可无条件处理抵押物，如抵押物不足以清偿乙方应支付的违约金，甲方可无条件终止合同，乙方同时赔偿甲方损失。

4、乙方完成了第三条规定的招商目标任务或超额完成招商目标任务，按完成有效招商总建筑面积减去签约时已招商出租面积给予奖励，金额为10元/平方米。奖金不按年度计发，待乙方招商达到总商业建筑面积的80%，且该招商百分比保持6个月以上时，由甲、乙双方通过考评结束后，一周内一次性结清支付。

5、乙方在三年内有效招商达到总商业建筑面积的80%以上，超额部份甲方按30元/平方米一次性支付奖金。

6、甲方已招商的建筑面积不予奖励。

7、招商计奖不重复计算招商面积。

8、乙方在三年（按合同年度计算）之后才全部完成招商目标任务，不计奖金。

第六条：其他约定

1、乙方应以自己的名义对外开展招商工作。

2、乙方因招商行为而产生的一切法律责任、经济责任及民事纠纷，均由乙方自行承担。

3、明珠时代项目只用于商业经营，招商面积按商业经营面积计算。

4、甲方和甲方股东对明珠时代自有产权的房屋（已出租的房屋除外），为乙方提供一次性免租期：一楼免租期1年，二、三、四楼免租期2年。

5、免租期结束，甲乙双方依据市场协商确定租金价格。乙方实际代理招商所确定的租金价格（综合计算），如高于双方商定的租金价格时，差额部分按甲方5成、乙方5成分成；如低于双方商定的租金价格时，差额部分由乙方自行承担。

6、乙方不得中途放弃明珠时代的招商工作。

7、乙方应促成明珠时代房屋的产权人与商家签订房屋租赁合同，因房屋租赁而产生的纠纷由乙方负责处理。

第七条：双方的权利义务

一、甲方的权利义务：

1、甲方按现状移交给乙方，由双方签字确定并由甲方对楼道、地面进行适当修缮。

2、甲方须出示相关业主资料并提供复印件给乙方备案。

3、甲方须出示甲方及其股东留存物业已出租的相关合同，并提供已售物业单位的业主姓名及联系方式，以备乙方工作之须，乙方负有保密义务。

4、项目前期商业运营资料，乙方可向甲方借阅。

5、甲方对乙方的招商工作进行监督，但不得干预乙方的正常招商工作。

6、甲方对乙方提交的招商方案及“月度招商工作报告”进行审核，依据市场情况，在与乙方协商后，可进行修改或重新制定。

7、甲方应向乙方提供甲方所能提供的招商所必需的相关资料，包括建筑、结构、设备安装施工图；室内设备、装修标准；电器及其他设备配套资料；楼层标准和面积等资料。

8、甲方为乙方提供现有的招商办公室及办公家具。包括：。

二、乙方的权利义务：

1、保证对抵押物有合法的处置权。

2、保证抵押期间抵押物不受产权人破产、资产分割、转让等的影响。如甲方发现乙方抵押物有违反本条款的情形，应通知乙方改正或由乙方另行提供价值相当的抵押物。

3、乙方应合理使用抵押物，并负责抵押物的经营、维修、保养及有关税赋等费用。

4、乙方未经甲方同意，不得将抵押物出租、出售、转让、再抵押或以其他方式处置。

5、乙方全面负责招商工作，完成相应的有效招商目标任务并承担因招商而产生的一切费用。

6、乙方制定招商策略、进行广告、公关推广等活动，并协助商家进场经营。

7、乙方应维护甲方的合法利益，不得泄露甲方的商业秘密。

8、乙方不得在明珠时代从事违法违纪的经营活动，并对所有经营者的违法违纪负责，经营过程中产生的各种费用由乙方或乙方监督经营者向有关部门交纳。

9、在经营过程中发生各种安全、盗窃、卫生、消防等事故由乙方自行负责处理，所产生的一切费用均由乙方承担。

第八条：费用承担

有关本合同的费用，包括抵押物登记、证明、评估等一切费用均由乙方承担。

第九条：违约责任

1、乙方在招商中弄虚作假，搞虚假租赁等，则按造假面积乘以xx元/平方米向甲方支付违约金。

2、违反本合同相关约定，违约方需向守约方支付违约金xx万元人民币。如造成损失，应予赔偿。

第十条：争议的解决

1、双方发生纠纷应协商解决。

2、协商不成，任何一方均可提起诉讼。

第十一条：本合同一式捌份，具有同等法律效力，双方各执肆份，经双方签字盖章后生效。

甲方：乙方：

代表人：代表人：

年月日年月

**节目招商合同范本13**

甲方： 有限公司 (以下简称甲方)

乙方： 有限公司 (以下简称乙方)

依据《\_合同法》及相关法律法规，甲乙双方本着自愿、平等及互惠互利的原则，经友好协商，甲方将 项目(以下称本项目)委托乙方进行销售代理及商业招商。合同具体内容及条款如下：

第一条： 本协议有关的重要概念定义

1. 甲方：系指 有限公司，甲方为本项目的合法开发商，具有组织项目开发及销售的全权。

2. 乙方：系指 有限公司，乙方在合同期间为本项目提供独家销售代理、商业招商服务。

3. 本项目系指位于 ，占地面积为平方米，规划建筑面积约平方米(以实际规划批准面积为准)的房地产项目。委托乙方销售代理的面积平方米，委托乙方商业招商服务的面积平方米。

4. 正式开盘日期：甲方取得项目预售许可证之后，由甲方书面确定并在第一张广告中公布的正式对外公开销售日期。

5. 预开盘日期：甲方对外接受预定、收取订金之日。

6. 宣传中对外称谓：

开发商： 有限公司

全程营销： 有限公司

第二条：合作原则

1.平等、诚实、信用原则：

甲方对乙方专业知识及运作方式予以尊重，在甲乙双方互相信任、平等合作的原则下签定本合同，并在本项目合作中严格遵守合同各项条款。

2. 整合营销原则：

乙方发挥其自身公司多个专业部门整合优势，将对本项目的前期市场定位、功能规划、营销策划、独家销售代理、广告策划、公关活动与宣传策划顾问、商业部分招商等多板块服务加以整合，并贯穿本项目各期的全程，在前期阶段、预开盘阶段、开盘阶段、强销阶段、持续阶段进行销售代理、商业招商服务。

3. 捆绑合作原则：

甲方向乙方支付的销售代理服务费、招商代理服务费分为贰部分：(ⅰ)销售代理佣金;(ⅱ)招商代理佣金。

4. 书面作业原则：

甲乙双方的工作联系均通过书面形式呈交，并获得对方项目负责人签字确认视为工作完成;本项目甲方固定的传真号码为 ，本项目乙方固定的传真号码为 ，合同期间如有约定号码发生变化的情况，号码修改方应以书面形式通知对方。

第三条：委托内容

1. 项目销售代理(商业部分、酒店部分、公寓写字楼部分)

2. 项目招商代理(商业部分)

以上内容具体参见附件。

第四条：本项目的合同期限

甲方聘请乙方作为本项目独家销售代理、招商代理合作单位。本合同自合同签署之日起生效，有效期至 年 月 日。

本合同有效期届满或项目进度延期时，如有需要，双方可再次洽谈延长合作期限事宜，并根据具体情况另行签订补充协议。

第五条：甲方权责

1. 合同签订后，甲方应向乙方提供项目营销策划和销售代理所需要的有关规划设计的图纸、资料等，以及项目运作的整体计划、方案及甲方要求等;在本项目开盘日前，甲方提供本项目公开销售所需的各项文件资料(《土地使用权出让合同书》和补充协议书、国有土地使用权证书、建设用地规划许可证和建设工程规划许可证、商品房预售许可证和施工许可证、房屋总平面图及标准层平面图、房屋结构、房屋装修、建材配套、设备标准的说明书、所有绿化环境的设计施工、小区智能化设计施工标准的说明书、工程进度计划)、《楼盘销售百问》、对外《委托销售代理证明》以确保本项目策划和销售工作的顺利展开。甲方保证上述资料真实并承担上述资料所产生的法律责任。

2. 甲方负责工程进度及施工质量。

3. 甲方提供本项目开发、建设、销售等合法证明(复印件)给乙方，并对所提供文件和证书的真实性及法律效力负责。

4. 甲方书面提供本项目开发的详细时间表以及房型、建筑面积、建筑标准等一系列本项目硬件设施及软件配套情况，并承担因工程逾期交房或因甲方其他原因而导致购房者退房或索赔所引起的乙方的相应损失。

5. 甲方负责办理按揭手续及审核与购房者签订的商品房销(预)售合同、租赁合同等。

6. 本项目购房定金及房款由甲方收取，甲方开具正式收据或发票给购房者。

7. 甲方负责财务、出纳、合同登记、银行按揭送审等工作。

8. 本案销售现场甲方派出财务、出纳、合同登记、按揭送审及保安保洁等相应工作人员。

9. 甲方承担销售现场甲方人员的工资、奖金，承担现场售楼处及装修费、空调机、音响、电话机、传真机、复印机、饮水机、办公桌椅、合同文本等及样板房装修、装饰等一切硬件费用。

10. 甲方承担模型、效果图、家具配置图、三维动画等对外宣传所用的制作费用和各类宣传资料(包括项目vi应用、楼书、海报、单片、房型册等)的制作印刷等费用，承担礼品制作及各类公关活动、促销活动以及广告媒介宣传费用等相关费用。甲方承担本项目的整体营销宣传费用，费用预算控制在总销售金额的2%左右，根据项目的实际推进情况，双方可协商调整具体的广告宣传费用。乙方在

此费用范围内制定合理的广告计划并经甲方确认，在实施广告投放计划过程中，由甲方直接或委托乙方发布，费用由甲方确认同意并支付予第三方。

11. 甲方充分尊重乙方的专业性建议，并对销售提供切实的工程保证和后勤配合;甲方充分利用媒体等方面的资源，配合乙方开展广告发布及宣传推广活动。

12. 甲方负责向乙方提供与本项目策划、创意、设计、制作等有关的一切项目材料，并在条件许可的前提下，组织乙方与甲方的协作单位进行研讨，以便乙方充分了解本项目的实质内涵，有利于乙方更好地制定营销战略与策略。

13. 甲方应按双方商定的时间计划对乙方提交的报告、计划、设计方案等进行审核和认可，甲方应明确表述其对乙方提交营销活动计划的修改意见。

14. 在合同期内，甲方授权 负责本项目营销策划与乙方接口相关工作。由 代表甲方对乙方提交的各工作方案进行审核和确认，其签字具有甲方公司法人代表同等法律效力。

15. 甲方按时向乙方支付报酬，包括销售代理服务费、奖金等相关费用。若逾期支付，则按拖欠金额每日1‰的标准追加滞纳金，甲方履行完付款义务后有权要求乙方继续履行合同。

16. 在本合同执行过程中，甲方不得自行招商、销售或委托第三方代理，否则甲方仍需按该部分之招商面积或金额支付乙方代理佣金。

17. 甲方有权对乙方派出的项目小组提出项目策划、销售的相关工作要求，并对乙方工作表现提出意见。甲方可要求乙方对销售人员的不当行为做出处罚并对不符合甲方要求的销售及策划人员进行更换。

18. 甲方指定专门人员参与乙方策划专案小组，配合乙方工作。乙方提出的整体营销策略、房号销控方案建议、价格方案建议、各类促销方案等须经甲方同意双方会签后方可实施。甲方根据乙方提供的价格方案建议确定本项目最终价目表和营销方式。

19. 甲方有权随时向乙方工作人员了解项目进展情况，如遇突发事件，乙方应在第一时间内告知甲方。

20. 甲方对与购房客户签订的《认购书》、《商品房买卖合同》、补充协议及相关文件的起草、变更、终止享有决定权。

21. 甲方有权对购房客户给予折扣优惠，甲方享有对违约客户的定金没收权。

22. 甲方有权对乙方的服务质量进行监督和提出意见。

23. 因甲方原因导致客户终止商品房买卖合同时，甲方应按此套房屋的全额的 1%支付乙方销售代理费用。

24. 甲方以自己或朋友的名义购买房屋,计入乙方销售额,佣金按销售额的 1% 支付乙方。

第六条：乙方权责

1. 在合同期内，乙方成立专门的 项目组为甲方进行销售代理及招商代理服务。项目组由乙方公司北京总部和驻太谷相关人员组成，由 担任项目总负责人，由 为乙方常驻甲方代表。项目组成员如有变动，乙方及时通知甲方，并经甲方书面同意。(具体人员名单见附件)

2. 项目的各项工作顺利开展，双方形成项目例会制度，乙方派项目专案小组相关成员参加例会，例会的召开原则上每两周一次。

3. 乙方在合同期间为甲方提供前述“第三条”所述的内容，实施完成甲方认可的工作内容。

4. 乙方代理本项目的销售代理及招商代理工作，乙方于销售各阶段工作前两周提交该部分推广方案给甲方;乙方负责组建、培训专业的项目招商、销售队伍;制定项目招商、销售方案;项目销售现场采用乙方业务模式，乙方负责项目的招商、销售进度和编制项目的销控表;乙方负责项目的客户资料统计工作，并负责项目的销(预)售合同、租赁合同的签订。

5. 乙方每阶段工作的报告、计划、设计方案、销售计划内容须经甲方审核，并按双方认同的审核意见进行修改，最终以甲方签字认可后付诸实施。

6. 乙方有义务为甲方所提供的有关项目的准确的销售额数据及其他相关资料和文件保守秘密。

7. 乙方应根据甲方宣传、销售、工程进度及宣传进度的实际情况，及时向甲方提供相应的策划方案，否则甲方有权利要求乙方改进服务或更换人员，并有权终止本合同。

8. 乙方应每周定期向甲方通报现场招商、销售状况，遇到特殊情况应及时与甲方沟通。

9. 乙方承担乙方现场销售人员的工资、奖金及现场销售的办公文具耗材、现场水电费、电话费以及甲方提供的销售现场设备的日常维修保全费用。

10. 乙方负责协助甲方做好本项目的广告创意、设计、宣传资料的制作工作。

11. 乙方积极加入到甲方产品规划设计工作过程中，力求产品设计方案的创新性和市场结合性。

12. 在合同期内，乙方委派专案经理 负责本项目营销代理与甲方接口相关工作。

13. 在各期招商、销售过程中，乙方须在提交签约客户合同同时提交签约客户的基本资料给甲方。

14. 本合同签订后，在甲方初步确定项目的设计规划方案的十个工作日内，乙方应向甲方提供关于本项目策划宣传包装方案。

15. 向甲方提供其营业执照副本及房地产经

纪机构资质证书的复印件，并保证上述资料真实有效。

16. 乙方须按照与甲方所确认的售楼方案进行销售，不得擅自改变计划，任意放盘，不得对甲方提供的《商品房买卖合同》、补充协议及其他相关资料进行任何修改。

17. 乙方不得以低于甲方认可的价格销售本项目，不得擅自给客户任何形式的折扣，不得向客户收取未经甲方同意的任何费用。

18. 乙方需委派经验丰富、并具有相应资历的项目经理负责本项目的销售执行工作，若因工作需要更换项目经理，乙方须提前书面通知甲方，并经甲方同意(员工辞职情形除外)。若乙方委派的项目经理不能胜任项目的销售工作或产生重大工作失误，甲方有权要求更换项目经理，乙方应予以满足。

19. 乙方须根据甲方提供的文件进行如实的宣传和销售。售楼过程中如有因乙方对客户的误导、欺骗等行为引起的法律诉讼或索赔要求时，由乙方承担赔偿责任，并负责处理有关的纠纷或诉讼。

20. 乙方承接甲方项目销售代理业务，应尽职尽责为甲方服务，乙方的营销策划权及代理权不得转让。如因甲方原因导致乙方不能履行或不能按时履行合同义务，乙方可中止合同。

21. 乙方应对甲方提供的所有资料及双方确认的推广销售资料保密。未经甲方同意，乙方不得将甲方提供的项目资料提供给本项目合作单位以外的第三方。

22. 乙方负责本公司工作人员的工资、佣金、社会保险及相应的福利(重要活动期间，临时招募的支援人员的每日报酬除外);负责本项目销售现场的乙方人员个人销售通讯费用;负责承担乙方工作使用文化用品的费用;负责除签约电脑以外的工作电脑、除打印合同以外的打印机、传真机、碎纸机的购置及维护费用。

23. 乙方对每个销售单位以客户缴付首期购房款并签订房地产买卖合同作为结算代理费的依据。若因甲方保留房号、工程进度变化、推迟入伙、面积超标、工程质量等其它原因，导致客户不能交首期房款或签订房地产买卖合同的，则乙方之代理责任于客户签订认购书时结束，乙方正常收取该部分代理费。

第七条：营销代理费结算及支付

合作期间，乙方提供上述服务，获取相应的营销代理费，双方确定乙方营销代理费(r)，分为贰部分：销售代理佣金(a)及招商代理佣金(b)。收取的费用和方式如下：r = a + b

销售代理佣金(a)

1. 乙方销售代理佣金费用的提取与销售业绩直接挂钩，按照双方约定的佣金提成比例进行销售提成。甲乙双方共同确定：销售代理佣金于本项目正式开盘销售当月起每月结算和提取。

2. 关于退房/退定：在发生购房者退房/退定的情况下，乙方只收取退房/退定违约金收入的50%作为销售佣金的补偿，不再收取其它费用;如果未执行到违约金的，乙方不能得到任何补偿。

3. 甲方达成团购客户的结算处理：

1)甲方达成关系客户或团购客户界定：指通过甲方关系确定的客户以及确定的一次性团体销售、租赁等，套数在1套以上及其他一次性成交额在1000万以上。

2)甲方达成团购客户的结算：团购部分的业绩计入乙方的当期考核目标，销售提成则按销售额结算给乙方。

4. 甲方保留物业：甲方保留单位不超过本项目可销售建筑面积的 %(或 套单位)，保留单位用于关系客户或自用，甲方出具书面的《保留单位房号表》。甲方保留单位计入/不计入乙方委托面积，计入/不计入乙方销售业绩，乙方不收取保留单位的代理费，乙方只收取保留单位销售总金额(或者每套单位收取人民币 元)的服务费，如因实际情况保留单位的售出部分超过可销售总建筑面积的 %( 套单位)，超出部分按本合同约定计付代理费。该保留单位不列入/列入《委托代理房号明细表》。

5. 甲方关系客户：未经乙方接待登记，直接与甲方洽谈，或甲方事先书面通知乙方人员协助介绍的客户，若乙方接待后才提出是甲方关系客户的，仍视作乙方客户。甲方关系客户须经甲方总经理( )签字确认，甲方在对外发布的市场价格基础上额外给予其折扣优惠，该部分售出单位计入乙方委托面积并按对外发布的市场价格计入乙方销售业绩。

6. 在代理销售期限内，由于甲方的原因导致的成交物业的商品房买卖合同被终止或解除，该套成交物业计入乙方销售成交面积，乙方已收取的代理佣金不再返还甲方，该套物业由乙方再行销售，成交物业不再计入乙方销售面积和结算代理佣金;

7. 由于客户原因导致的成交物业的商品房买卖合同被终止或解除，甲方已收取客户违约金的，乙方已收取的代理佣金不再返还甲方(若已计入销售成交面积的，则做相应扣减)，该套物业由乙方再行销售并结算代理费，重新成交物业计入乙方销售成交面积。

8. 如乙方的原因导致的成交物业的商品房买卖合同被终止或解除，该套成交物业不计入乙方销售成交面积(若已计入销售成交面积的，则做相应扣减)，且从退房当月代理服务费结算中扣除该套房已结的代理服务费。该套物业由乙方

再行销售并结算代理费，重新成交物业计入乙方销售成交面积。

招商代理佣金(b)

1. 乙方招商代理佣金费用的提取与招商业绩直接挂钩，按照双方约定的佣金提成比例进行提成。甲乙双方共同确定：招商代理佣金于本项目正式招商当月起每月结算和提取。

营销代理服务费用结算及支付

1. 本项目乙方完成销售，获得销售代理服务费的界定条件为：购房者签署预售合同并支付首期房价款，且预售合同在房地产交易中心办理了登记备案手续后，即可视为乙方成功销售。

2. 本项目销售代理佣金自本项目正式开盘销售当月起每月按月结算。每月月底乙方向甲方提交该月的成交明细表及销售代理服务费请款单，在五个工作日内，甲方审核无误后签字确认并一次性以现金或支票形式支付给乙方，由乙方出具相应发票。

3. 销售代理的考核约定：

(1)佣金标准

代理费率(固定费率)：本项目乙方的代理费率固定为：\_\_\_\_ %，

即代理费=售出单位累计合同总金额×固定代理费率。

4. 销售代理奖励佣金：在销售物业的销售价格超过双方约定的售价时，甲方应将超额部分的50%作为奖励佣金支付给乙方;

5. 本项目乙方完成销售招商，获得销售招商代理服务费的界定条件为：租赁者签署租赁合同并支付全额租赁款后，即可视为乙方成功销售招商

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