# **房地产全案广告策划合同**

****甲方（委托方）：****

统一社会信用代码：

****乙方（受托方)：****

统一社会信用代码：

根据《中国人民共和国民法典》、《中华人民共和国广告法》，上述各方经平等自愿协商，签订本合同以共同遵守。

### **第一条 委托内容**

甲方委托乙方为        房地产项目的广告全程企划设计服务单位，全权负责本项目的全程策划、平面广告、品牌形象规划设计、展示设计、电视网络广告及各类促销活动等的策划、创意、设计、监控等事宜。

### **第二条 合同期限**

委托期限自    年    月    日起至    年    月    日止，为期    个月。本协议期满前一个月，经双方协商同意，可续签本委托协议。

### **第三条 服务内容**

3.1         项目

（1）整合传播的总体策划思路及阶段性具体操作方案；媒体组合策略、发布与监控；公关促销活动的策划；各种传播方式的创意、撰文与设计等策划报告。

（2）所有工作成果的源文件以打印并装订（盖章）文稿、光盘的形式一式    份，每月定期提交甲方。未按合同约定方式提交和书面签收的，视同无成果。

（3）本合同项下不含宣传单页的批量印刷，如需委托乙方批量印刷，双方另行签单项印刷制作合同。

3.2         品牌在新项目上的展示及集团品牌形象包装

此项工作仅限于集团品牌在工作环境、工地环境和其它户外环境的表现，单个项目具体的推广执行工作不在此范围内。（具体工作内容详见附件一）

### **第四条 费用及支付**

4.1 乙方服务费为人民币￥    /    月（大写：        ），合同总额人民币￥    /    个月（大写：        ）；

4.2 费用以月付费形式给付，甲方于每月5日前支付当月服务费用；

4.3 乙方开具发票的单位名称、收款单位必须与合同一致，甲方每次付款前乙方必须提供付款申请及等额正规有效增值税专用发票等请款资料，若乙方请款时除等额增值税发票外资料齐全的，则在收到上述资料之次日起90日内，甲方有权预扣当期应付款金额的30%的税款后支付当期进度款。且乙方承担发票金额的每天万分之   三      的逾期提供发票的违约金。逾期天数为自请款之日起至实际提供有效增值税发票之日止。

乙方补齐增值税发票之日起30日内，甲方扣减乙方承担的逾期提供发票的违约金后支付剩余当期进度款，当期剩余进度款不足抵销支付违约金的，在下一期付款时抵销。

乙方提供的所有发票必须真实、合法、有效，增值税专用发票必须能通过税务认证。

如果乙方提供的增值税专用发票所记载的税金不能抵扣，则乙方必须承担由此给甲方造成的全部损失。

4.4 乙方确认：任何个人签字、单方签字、白条、复印件等均不作为付进度款或结算依据，由乙方自行承担相应费用（或损失）。乙方根据工作计划按月以打印稿、光盘的形式向甲方提交一式    份的工作成果，由甲方书面签收，签收文件作为付款必要条件之一。

4.5 在项目实施过程中，不在本合同范围内的，所产生的第三方费用（如媒体发布费、摄影费、菲林打样费、制作费等）由甲方支付。

### **第五条 服务成果提交流程**

5.1 双方严格按照下述工作流程推进工作，具体如下：作业立项→作业实施→工作提交→沟通反馈→最终审定→工作推进→市场跟踪、反馈→循环跟进。

5.2 双方指定对接人对相关文件及指令进行确认（其他未经授权的确认对甲乙双方均无约束力）。甲方内部相关部门须通过指定对接人与乙方对接人联系，乙方的所有工作成果及反馈须通过指定对接人提供给甲方。

5.3 甲方指定对接人：        ；职务：        ；联系方式：        ；邮箱：        ；

乙方指定对接人：        ；职务：        ；联系方式：        ；邮箱：        ；

### **第六条 日常书面成果**

6.1 会议及会议记录

甲乙双方任何会议及接触沟通过程记录，乙方应在48小时内送达甲方指定对接人，并分发给乙方的作业小组成员，以期达到如下之目的：

（1）保留完整的作业过程记录；

（2）日后检讨广告公司服务的根据；

（3）确认进度；

（4）确保广告公司内部每一有关作业人员不断保持了解客户的现况；

（5）确保甲方内部广告决策相关人员不断了解作业之过程及进度。

6.2 定期作业会议及会议纪要

双方按照约定的时间、地点召开会议，双方项目组成员商讨上阶段营销及广告的情况，交流市场反馈信息，检讨作业得失，改进策划方案并相应调整下阶段广告表现。定期作业会议原则上每周一次，根据甲方要求及时召开。在重要节点及甲方要求的其他情况下，乙方总负责人需参与会议。乙方应在会议结束24小时内提供书面会议纪要。

6.3 每周进度报告

乙方于合同期内每周提报工作进度总结，同时以装订成册的纸质文本与电子稿的形式提交给甲方对接人。

6.4 创意简报

每月    日前乙方必须提供次月活动方案并通过甲方确认，并于次月执行。次月有法定节假日的，应根据节假日周期制定专题策划方案，并于    日前完成提报并经甲方确认，以便执行。为避免沟通误区的产生，并把握各类作品在创作过程中执行总体策略的力度以保证质量，在执行重要工作时，乙方应及时把创意简报打印成册装订，与电子版一并递交甲方签字确认，再由乙方实施具体的创作工作。

6.5 前述工作成果是本合同项下主要书面成果，本合同约定的服务内容包括但不限于以上内容。

### **第七条 双方的权利与义务**

7.1 甲方的权利与义务

（1）甲方应及时准确地向乙方提供与设计相关的各种必需资料和政府批文及房地产媒介发布所必需的相关文件。

（2）甲方应委派指定对接人负责对接工作，并定期举行项目分析会；甲方在每月    日前向乙方提供当月楼盘销售情况及下月工作要求，以保证乙方在每月    日向甲方提交下月工作计划。

（3）甲方有权对乙方提交的广告策划思路、方案、设计稿和乙方所有提交的书面工作文件及时以书面形式（包括传真）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；甲方对乙方成果的审定须具有统一的意见，所有成果由甲方指定对接人书面确认后生效。

（4）甲方如对乙方的创作或服务不满意，甲方有权要求乙方更换创作与服务人员。如因人员离职等不可抗力因素需要更换核心工作人员，则需至少提前    个工作日向甲方书面说明。

（5）经甲方评估，乙方创作成果与服务质量不符合甲方要求，且经调整，仍不能达到的，甲方有权单方面解除合同。

（6）因本合同所涉成果的特殊性，甲方无法提供成果评估数据，因此，由甲方作为需求者自行对工作成果进行评估，而无需向乙方提供评估过程与说明，且无解释与证明成果不标准之义务。

（7）乙方未按合同约定程序与标准提供成果的，甲方无需支付任何对价。预付费用的，乙方应于甲方通知返还之日起    个日历日内足额返还，如逾期不退款应承担违约责任。

7.2 乙方的权利与义务

（1）乙方承接甲方广告业务，应尽职尽责为甲方服务，按合同规定的内容按时、按质、按量完成甲方委托的各项策划、设计、制作业务，接受甲方对其工作进行月度绩效考核，并严格保守甲方经营机密。

（2）乙方提供专项工作小组名单及该项目的工作进程表作为本合同附件。专项小组名单及简介见附件，专项小组成员不得随意更换（离职人员除外），小组人员要具备较高的专业素质，并保持相对稳定，以确保工作的延续性。

（3）乙方须在双方约定期内完成甲方委托的设计方案、平面设计或软性文章撰写等工作，甲方对乙方工作不满意时可提出书面整改要求。

（4）乙方须对甲方所有策划、创意、营销策略和销售状况保守秘密。

（5）乙方应委派专人负责对接工作并定期召开工作进展汇报会，以向甲方通报方案执行情况，在甲方提供当月楼盘销售情况及下月工作要求后五日内提交下月工作计划。

（6）乙方应确保在与甲方合作的过程中，乙方合约上确定的工作小组的核心工作人员相对稳定性与全面的投入，团队成员变动不超过    3    人/次；否则，甲方可随时解除合同；

（7）乙方在收到甲方书面要求后    日内，将已确定或已实施的工作成果整理交甲方留存，相关知识产权归甲方所有；代理期满后，乙方应将已完成的工作项目资料全部交给甲方，不得留存任何副本。

（8）乙方所有创意与图片、影音资料等需确保为原创或已经原创批准使用，乙方擅自使用侵犯他人版权的图片、资料等造成的一切后果由乙方承担。甲方为此支出的所有费用（包括但不限于向其他第三人支付的各种款项、向有关机关支付的各种款项、律师费、诉讼费、公证费、交通费等）由乙方承担。乙方在本合同项下的设计成果，其知识产权除著作人身权外，著作财产权均归属于委托人所有，未经委托人书面同意，乙方不得进行其他方式、目的的使用，也不得许可、提供、复制给第三方使用。

### ****第八条 排他条款****

乙方须在合同期内，保证不再接受与本合同同等地段、同等档次、风格或其他存在竞争冲突的其他楼盘的广告策划委托，否则甲方有权无责与乙方解除本合同，要求乙方返还全部已付合同款，并要求乙方承担    六十     万元人民币违约金。鉴于此项约定，甲方可要求乙方提交   三十      万元人民币作为保证金，或者甲方有权暂扣支付乙方前    三    个 月的合同款，待乙方完成全部合同义务后支付。

### **第九条 违约责任**

9.1 若一方未能按本协议约定及时足额支付款项的，守约方向违约方支付万分之     一   每天的违约金。逾期超过  30     天，则视为重大违约，守约方有权解除合同。守约方解除合同的，违约方应另行支付合同总价款   20     %的违约金。

9.2 乙方工作成果未达到甲方要求、出现延误交稿或严重脱离甲方指导方针，延期交付达标成果超过    5    天的，应按日向甲方支付当月费用万分之  一      的违约金，直至合格交付日止。该违约金不足以弥补甲方损失的，乙方应予补足。乙方延期超过  15      天的，甲方有权选择是否接受该月工作成果。甲方选择不接受该月成果的，甲方不支付当月费用。因本合同以月为计算服务费周期，因此本款约定的违约金于当月结算时核减，当月未核减的，可在合同期限届满前合并结算。

9.3 乙方违反本合同相关条款约定，泄露项目创意及相关资料的，甲方有权解除合同，并要求乙方承担不低于合同总价款的   30    %的违约责任；

9.4 专项小组更换人员及离职人员达  3      次的或总负责人调整的，甲方有权解除本合同。

9.5 乙方违反合同约定造成的侵权导致甲方受到牵连与造成品牌及经济损失的，全部费用由乙方承担，包括但不限于赔偿费用、诉讼费用、律师费用等一切合理费用。

9.6 乙方有违约行为但未具体约定违约金的，每违约一次，乙方应承担合同总价款的百分之  三十      的违约责任。另有约定的，从其约定。

9.7任一服务成果未经甲方书面认可或迟于合同约定的周期单次达     15   天或者累计达    30    天或错过活动执行1次以上的，甲方有权解除本协议。

9.8 甲方依约行使合同解除权时，乙方承担不低于合同价款   20     %的违约金。且乙方需按合同约定应提供齐全服务费用结算款资料的，乙方未在合同解除   15     个日历日内提供的，视同乙方放弃主张服务费用结算款的权利，但不免除乙方应承担的违约金。

### **第十条 其他事宜**

10.1 双方各项行动须遵守《中华人民共和国广告法》的规定。

10.2 本合同未尽事宜，甲、乙双方协商解决，可另行签订补充协议。

10.3 争议解决

1.本合同的签订、解释及其在履行过程中出现的、或与本合同有关的纠纷之解决，受中华人民共和国现行有效的法律约束。

2.因本合同引起的或与本合同有关的任何争议，由合同各方协商解决，也可由有关部门调解。协商或调解不成的，按下列第    种方式解决：

（1）提交位于        （地点）的        仲裁委员会仲裁。仲裁裁决是终局的，对各方均有约束力；

（2）依法向        所在地有管辖权的人民法院起诉。

10.4 本合同附件为本合同重要组成部分，与合同其他条款具有同等法律效力。

10.5 本合同一式    份，甲乙双方各执    份，经甲乙双方盖章后生效。

10.6 甲乙双方联络方式均以本合同所记载的电话、通信地址为准，双方保证对所提供资料的真实性负责。需要以书面形式通知的，均需以邮政EMS方式寄送，且以邮政EMS网站公示的送达日期为实际送达日。如一方联络方式有变更，变更联络方式方应在变更之日起3日内以书面方式通知对方，否则另一方以本合同约定的联络方式所做出的任何通知均为有效，一方按照本合同约定的通信地址向另一方发送书面文件（EMS方式）被退回的，以书面文件寄出之日起第五日即视同送达。

10.7 本合同正文为清洁打印文本，如双方对此合同有任何修改及补充均应另行签订补充协议。合同正文中任何非打印的文字或者图形，除非经双方分别确认同意，否则，不产生任何约束力，也不可推定或默视为有效。

附件：

附件一：乙方具体工作内容

附件二：请款资料要求及样表

附件三：项目组人员名单

附件四：合作流程

附件五：工作任务单

附件六：月（季）度工作推进表

附件七：周工作推进表

签署地点：    省    市    区

签署时间：    年    月    日

甲方：

法定代表人：

委托代理人：

地址：

联系方式：

乙方：

法定代表人：

委托代理人：

地址：

联系方式：

开户行：

账号：

## **附件一：乙方具体工作内容**

### **第一部分 全程顾问服务部分**

第一条 广告定位

1.1 产品概念定位

1.2 核心卖点整合

1.3 广告总精神

1.4 售楼处风格定位

1.5 样板房风格定位

1.6 广告文案撰稿定位

1.7 报纸、户外大牌、海报、折页、会刊、楼书、户型册、微信、网络、电视等宣传物料设计、宣传资料风格定位

第二条 整合销售与传播策略

2.1 推广总战略

（1）整案推广思路

（2）分阶段推广策略

（3）公关与宣传总策略

2.2 品牌营销战略与执行计划

2.2.1 SP活动策略

（1）改善形象及强化公众亲和力的公益活动策划

（2）强化现场人气及气氛的现场秀活动策划

（3）针对现场客户的促销活动策划

2.2.2 广告策略及创意构想

2.2.3 传播与媒介策略的制定

（1）传播策略遵循的原则

（2）传播与媒介覆盖率目标

（3）分阶段传播策略的制定

（4）媒介宣传计划的制定、实施及调整

（5）公共关系策略制定

（6）现场包装策略

### **第二部分 销售现场包装策划设计清单**

第三条 地盘形象设计（含企业品牌相关内容）

3.1 工地围墙/安全通道/看楼通道围板

3.2 工地广告牌

3.3 现场包装

（1）导示系统

（2）导示牌

（3）立柱挂旗

（4）条幅

（5）招示布

（6）现场路牌

（7）欢迎标牌

（8）看楼专车

（9）车体广告

（10）候车亭

第四条 销售中心形象展示

4.1 整体风格建议

4.2 整体包装建议

4.3 功能分区建议

4.4 功能指示牌

4.5 销售中心欢迎标牌

4.6 台面标牌（接待区、洽谈区、签约区、办公区等）

4.7 销售中心形象背景板

4.8 售楼处展板设计

4.9 区位标示牌

4.10 看楼路线指引牌

4.11 接待区域形象部分

4.12 销售活动宣传资料及展板

4.13 外观形象

4.14 大型喷绘吊旗

4.15 条型悬挂式吊旗

4.16 其他销售中心包装需要设计的工作

第五条 样板间形象包装

5.1 样板间通路氛围布置

5.2 样板间欢迎牌

5.3 户型标牌

5.4 展示空间功能标牌（主人房、儿童房、父母房、客房、书房、电脑房、健身房、画室、卫生间等）

5.5 标牌（洁具、橱具等）

5.6 警示标牌、温馨提示标牌

5.7  装饰风格的建议

注：以上项目如需要制作，费用另计。

### **第三部分 项目形象视觉识别系统VI清单**

第六条 基础设计要素

6.1 项目标志设计

6.2 项目标志释义

6.3 项目标志中文标准字

6.4 项目标志中文辅助字

6.5 项目标志英文标准字

6.6 项目标志英文辅助字

6.7 项目标志中英文标准字与标志组合规范

6.8 项目标志中文标准字与标志组合规范

6.9 项目标志英文标准字与标志组合规范

6.10 项目标志的不同色彩使用规范

6.11 项目标志在不同环境下的使用规范

6.12 项目标志的基本组合及应用规范

6.13 项目标志印刷字体规范

6.14 项目标志与中英文字体纵使规范（单色）（2项）

6.15 项目标志的最小使用尺寸、最小预留空间、单色表现

6.16 项目标志标准色、辅助色及辅助色系

第七条 应用设计要素

7.1 名片

7.2 信纸

7.3 中式信封

7.4 西式信封

7.5 文件袋

7.6 便笺

7.7 手提袋

7.8 纸水杯

7.9 胸卡

7.10 促销礼品（帽子、T恤、伞等）形象规范

7.11 邀请函

7.12 吊旗

7.13 节日贺卡

7.14 其他同客户沟通用品等。

7.15 购房协议书封套

7.16 置业设计封套

注：以上项目如需要制作，费用另计。

### **第四部分 月报服务**

1.房地产政策简述

2.城建建设动态

3.        市土地市场概述

4.        市房地产市场概述

5.        市商业、办公、酒店式公寓市场概述

6.竞争项目动态及分析

### **第五部分 其他**

除本协议所约定另外收费的工作及任务之外，如果还有未列在上述《服务内容》中的创意、设计、文案及建议，则乙方正常配合完成。

## **附件二：请款资料要求及样表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 附件二（2-1）：请款资料要求（含样表） | | |
| **付款申请书** | | |
| 致：        公司 | | |
| 根据贵我双方合同，我司为        项目        类别        合同乙方（服务提供商），本合同截至上期，贵司累计已付款人民币¥    大写：        。根据合同中第    条款约定及当前进度（见附表：阶段性成果验收单），本次申请付款如下： | | |
| 收款路径： | 收款人全称：  开户银行全称：  收款银行账号： | |
| 申请付款金额： | 人民币大写：        人民币小写¥： | |
| 合同编号： |  | 合同金额：人民币¥： |
| 合同名称： |  | |
| 款项类型： | □工程类    □材料类    □设备类    □营销类    □其他类 | |
| 本次申请付款性质： | □预付款    □合同进度款    □竣工结算尾款  □保修结算款 □定金 □水费 □电费  □其他费用                （如：保证金、差旅费、复印费等） | |
| 附件： | □合同（相关付款条款部分）     □竣工验收单         □月报量    □物业交接单    □结算书    □委托付款函   □要货通知单    □验货通知单  □其他                （自行填写）  □营销类成果确认单（自行填写） | |
| 特此申请，望请审批！    申请单位（盖章）：  申请日期：    年    月    日    甲方现场负责人确认（签字）：  确认日期：    年    月    日 | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 附件二（2-2）：请款资料要求（含样表） | | | |
| **营销类成果确认单** | | | |
| 合同编号： |  | 合同内容 |  |
| 合同相对方 |  | 联系人/电话 |  |
| 阶段性成果名称 |  | 对应合同条款 |  |
| 合同总价（元） |  | 已付款（元） |  |
| 本期请款 |  | 验收日期 | 年    月    日 |
| 成果提供单位（盖章） | 交验人： | 相关单位（盖章） | 交验人： |
| 需求部门 | 质量符合度：  工期符合度：  其他：  验收结果：□合格 □不合格  不合格处理：□退货 □降级使用 □违约索赔 □单价下调    签名：  日期： | | |
| 合约部 | 质量符合度：  工期符合度：  其他：  验收结果：□合格 □不合格  不合格处理：□退货 □降级使用 □违约索赔 □单价下调    签名：  日期：    年    月    日 | | |
| 分管副总 | □同意验收意见  □不同意验收意见  □处理意见（详细描述）    签名：  日期：    年    月    日 | | |
| 备注： | 1.本验收单随发票报财务部  2.附合同付款页条款  3.附货物清单（需与合同完全统一） | | |
| 填写说明：  1.阶段性成果验收单（填写内容必须机打）必须附阶段性成果且需合同双方加盖公章以明确：乙方义务已按照合同履行完毕。如成果体量过大，可由分管副总确认后免提供。  2.本验收单随发票报财务部；  3.附合同对应付款页复印件，并着重色。 | | | |

## **附件三：阳光协议书**

甲方：

乙方：

甲乙双方于    年    月    日签署了        合同，为加强项目合作期间的阳光合作，确保项目合作的高效优质按时完成，经甲乙双方协商签订本合同书作为甲乙双方共同遵守的阳光合作行为准则。

### **一、甲方责任**

1.甲方有责任向乙方介绍本单位有关阳光合作的各项制度和规定。

2.甲方有责任对本单位人员进行阳光合作教育。

3.甲方有权对乙方在项目合作中执行阳光合作合同情况实行监督，并根据需要召集甲乙双方召开阳光合作管理会议。

4.甲方人员应严格遵守本单位制定的《职员手册》及本阳光合作合同，如违反则给予当事人通报批评外，视情节轻重、后果大小给予相应的经济或行政纪律处罚。

5.甲方人员应严格遵守本单位有关阳光合作管理规定，不得接受乙方的宴请，不得接受任何形式的实物、现金或礼券以及甲方员工个人服务。如因活动需要参加乙方单位的活动或会议，需经主管领导同意，活动及会议所发的礼品、礼券（现金）均应缴纳至集团财务中心。

6.甲方人员在项目合作中发现乙方单位有不廉政不阳光的行为，应及时采取措施，终止其不廉政行为的继续发生，并报告双方主管领导。

7.对于乙方举报甲方人员违反阳光合作规定的情况，甲方应及时进行调查，根据调查情况进行处理，并将调查结果向乙方反馈。

### **二、乙方责任**

1.乙方应保证乙方人员了解甲方及本合同有关阳光管理的各项制度和规定，并遵守执行。

2.乙方有责任对本单位项目人员进行阳光合作教育（包括甲方单位制定的《职员手册》、本合同等有关阳光合作方面的制度和规定），按时出席甲方召集的阳光合作管理会议。

3.乙方不得宴请甲方人员，不得以任何形式给甲方人员赠送各种礼品、礼券（现金）或提供甲方员工个人服务。

4.乙方有责任接受甲方对乙方在项目合作期间阳光合作管理执行情况的监督；

5.乙方人员有义务就甲方人员任何形式的索贿或受贿行为及时向甲方审计监察部门及甲方总经理举报。如乙方向甲方人员行贿或甲方人员向乙方索贿，乙方满足其要求并未向甲方举报的，一经查实，甲方将向乙方出示警示黄牌，并在甲方内部通报，除追回由此给甲方造成的损失外，乙方承诺在合同总价基础上再让利10%，并对乙方知情不报人员进行相应处罚。一年内连续出现两次及以上类似情况，甲方向乙方出示警示红牌，甲方有权暂停或终止与乙方的合作，并由乙方承担完全违约责任并承担甲方损失。

6.乙方在项目合作中采用不正当的手段拉拢甲方人员，损害甲方利益，根据具体情节和造成的后果乙方单位承担在项目合同总价的1~5%为违约金，甲方并有权终止活动项目合同，由此给甲方单位造成的损失均由乙方单位承担。

7.如乙方在活动项目建设中贿赂甲方人员，被公安检察机关立案查处的，甲方有权取消或终止双方签署的合同。由此给甲方单位造成的损失均由乙方单位承担，并由乙方向甲方承担经济赔偿责任。

8.甲方接受乙方实名或匿名投诉，保证为投诉者的信息保密，常设举报联系人及联系方式：        。电子邮箱：        。

甲方（盖章）：

法定代表人（签字或盖章）：

授权人（签字）：

乙方（盖章）：

法定代表人（签字或盖章）：

授权人（签字）：

## **附件四：项目组人员名单**

## 

## **附件五：合作流程**

乙方        为甲方        全程广告代理商，为圆满完成广告企划工作，规范甲乙双方的工作范围、工作方法，特制订本合作流程。

### **一、双方需指定各自负责人及执行人**

甲方：负责人        ，执行人        。

乙方：负责人        ，执行人        。

### **二、工作运作规则**

1.严格按照规范的广告策划流程进行。签约后项目即进入具体操作阶段，由乙方提供广告总体策略和工作计划，经甲方修改、审定、签字确认后，由双方按照总体策略方案，严格贯彻落实到每一个分项目的实施过程中。

2.合同签署后，乙方迅速组建项目小组和拟定该项目的工作进程表，工作进程表在得到甲方批准后，乙方应在规定的时间内迅速开展各项工作。

3.项目开盘阶段，乙方安排专案小组以配合工作；开盘后的工作期间，乙方每月至2次安排专案小组人员进行现场协调和广告推进工作，项目主创人员必须保证出席和参加甲方项目推广工作会议。

4.平面设计完成并经甲方认可后，如甲方委托第三方制作或发布，乙方应提供相应的电子文件给甲方作发布或制作之用；工作期间涉及宣传资料的制作及发布如需乙方完成的，双方另签单项合同予以确认。

5.乙方在约定期内完成甲方委托的方案，甲方有权对乙方提交的广告策划思路、方案、设计稿和所有乙方提交的书面文件提出修改意见和建议，乙方据此进行修改、调整，直至甲方签字认可定稿。

在遵循整体工作运作规则的前提下，每次具体的工作任务完成按此流程执行。

具体流程：

甲方书面提交工作任务单

↓

乙方根据工作任务单创作稿件提交甲方

↓

乙方根据甲方定稿文件进行完稿

（应对甲方提供的制作尺寸进行最终核对）

↓

乙方提交制作完稿给甲方或甲方指定制作公司

（提交完稿给其指定制作公司后应电话通知甲方）

↓

为取得较为理想的后期执行效果，如乙方要求打小样确认颜色，则甲方指定的制作公司应配合打样并由乙方或甲方确认小样后方可制作

↓

 乙方可配合制作公司就制作工艺等问题进行沟通

### **三、其他事项**

1.甲方确认签字稿并应妥善保管。

2.双方在合作过程中，如有需甲方配合事宜，乙方应提前告知甲方。

## 

## **附件六：工作任务单**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 致： | | |
| 由： | 日期： | 工作单号： |
| 任务类别：  设计类 □    策划方案类  □     新闻/软文  □    活动方案 □                尺寸要求：                （横□  竖□）  材质要求：  应用地点：  应用方式：  初稿时间：  成品时间：  提供资料：  其他附加信息： | | |
| 发布工作人： | 接受工作人： | |
| 接收单位意见：  部门负责人： | | |

## **附件七：月（季）度工作推进表**

（此表每月（季）最后一天由乙方提交给甲方）

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 工作内容 | 乙方责任人 | 完成时间 | 甲方责任人 | 备注 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| 备注：具体工作要求如有需要可详见各分项工作的委托书，或者参照相关工作讨论会的会议结论。 | | | | |

制表：                      审核：                     签收：

## **附件八：周工作推进表**

（此表每周一由乙方提交给甲方）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 工作内容 | 本周进展 | 需要协调的问题 | 备注 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

制表：                        审核：                       签收：