

最新广告战略合作框架协议 广告战略合作协议(优质5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

广告战略合作框架协议篇一

乙方：_____

甲、乙双方本着平等合作、互惠互利的原则，经友好协商，就甲方委托乙方作为“_____”的策划推广（包括广告创意、设计、制作、发布代理，以及营销、招商、推广的计划、策略、提案）事宜，达成如下一致协议：

一、合作范围

甲方委托乙方作为“_____”（以下简称“项目”）的策划推广，全权负责本项目的广告创意、设计、制作、发布代理，以及营销、招商、推广的计划、策略、提案等合作事宜。

二、合作期限

委托期为_____年_____月_____日至_____年_____月_____日。本协议合作期限届满前一个月，经协商同意，双方可续签合作协议。

三、广告投放总额

本协议合作期间，本项目广告投放总额不低于万元人民币。

四、工作内容

- 1、宣传推广的总体策划思路及具体广告操作方案；
- 2、各阶段的媒介策略和具体排期计划、媒介预算建议；
- 4、影视广告：创意、撰文、设计、制作、发布；
- 5、广播广告：创意、撰文、制作、发布；
- 6、公关促销活动的策划和组织；
- 7、针对目标消费群进行适当的市场调查；
- 8、营销、招商、推广的计划、策略、提案；
- 9、媒介发布的监控、统计、评估。

五、广告运作规则

1、严格按照规范的广告策划流程进行。策划流程的基本顺序如下：签约立项——支付月费——制定策略——创意构成——广告表现——客户审定——正稿制作——正稿确认——支付发布费——广告发布——财务结算——效果跟踪——意见反馈等。签约后项目即进入具体操作阶段，由乙方提供总体策划案，经甲方修改、审定、签字确认后，由双方按照总体策划方案，严格贯彻落实到每一个分项目的实施过程中，并按照经甲方签字确认的媒介计划分步实施。

2、各分项目将围绕第一款所述基本流程进行，各分项的具体操作程序如下□a□乙方依本协议所附的《设计、制作、发布等收费标准》向甲方提交正式的分项报价单□b□甲方审定乙方提交的分项报价单，如无异议，则签字盖章认可，并签署正式的分项合同□c□乙方依据彼此签字盖章的分项合同，开始实际

性的工作。

六、双方责任与权力

甲方的责任和权力：

- 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法律纠纷，其相关的一切责任由甲方负责，乙方不承担由此产生的直接责任或连带责任。
- 2、甲方有权及时地对乙方所提交的策划思路、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知识和经验，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。甲方应指定一位全权代表与乙方沟通，以避免多头决策而导致工作质量、效率下降。
- 3、若签字定稿后，甲方再次提出修改，由此而产生的一切相关费用应由甲方承担。若因甲方资料提供、审稿、定稿以及再次修改等方面因素所造成的工作延误，乙方不承担相关责任与损失。乙方根据甲方签字稿输出菲林及其他费用发生以后，若甲方还要再次提出修改要求，乙方根据修改稿重出菲林及其他所发生的费用由甲方承担。
- 4、双方合作期间，甲方有权对某些双方分歧较大之项目进行修改、调整。
- 5、甲方应按照本协议规定及时付款，以保证项目的正常进行。
- 6、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。

7、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、制作、发布等广告、策划合作事宜，否则视为违约。

乙方的责任和权力：

1、乙方承接甲方广告业务，应尽职尽责为甲方服务，按时、按质、按量完成甲方委托的各项策划、设计、制作和代理业务，并为甲方资料保密。

2、乙方应主动提前向甲方索要各类工作所需的相关资料，并按甲方确认之正稿进行设计/输出/印刷/制作/发布等业务。若因乙方工作缘故导致成品与甲方确认之正稿不一致，从而导致甲方受损，乙方应赔偿给甲方相应的损失。

3、乙方所有策划方案及相关建议文案应以书面形式向甲方汇报。

4、乙方需与甲方保持紧密联系，经常与甲方交流与沟通。

5、若甲方未能按本协议和各分项合同规定的时间内付讫有关款项，乙方保留暂停策划、设计、制作、发布等相关工作的权利，乙方不承担由此产生的经济损失和责任。

6、如因甲方未按照本协议和各分项合同规定的时间内付款而导致撤版或罚款等经济损失，由甲方承担。如因乙方原因不能按照双方确认的计划发布，由此导致甲方的直接经济损失，由乙方承担，不可抗力因素除外。

七、收费条例

1、收费范围与标准：

a□定金：为确保合同执行的规范化，乙方预先收取甲方定金叁万元，定金可在合作期结束时抵冲甲方应付款。若甲方在合作期中途单方面中止本协议的执行，此项定金转为甲方支付乙方的违约金。

b□策划费：甲方应在合作期内每月向乙方支付服务费元；

c□设计、制作、发布等费用：见附件《设计、制作、发布等收费标准》；

e□外地操作费：乙方因甲方策划推广工作需要而发生长沙市区外操作费用，如交通费、食宿费、补助费等，乙方按照甲方部门经理级差旅标准和程序，提交实际费用单据，甲方予以据实报销。

2、结算方式与时间：

a□定金：本协议书签定后，甲方在3个工作日内汇至乙方帐户。

b□策划费：按月支付，每月8日前汇至乙方帐户，月策划费为x元。

c□媒介发布费与代理佣金：任何由乙方与媒介进行结算的广告、杂志等发布工作，乙方不承担垫付的责任。甲方应严格按照甲、乙双方确认的投放计划及媒体预订情况，在实际发布日期前5日内将款项汇至乙方帐户。

d□策划、创意、设计费：如双方不是月服务费制，而是单项付费制，甲方应在分项报价单得到正式认可并签订合同后3日内，将合同款的50%付至乙方帐户；在正稿签字确认后3日内，将合同款的50%付至乙方的帐户，最后移交成品或设计稿件。如双方是月服务费制，则乙方此项费用全免。

e□其他费用：乙方按期提供有关费用的结算单向甲方收取款

项，如：差旅费、市场调研费、媒介监测费等，甲方应在收到结算单3日内审核无误后付款，如有异议，应及时知会乙方。

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，其所有权归属甲方所有。在所有权归甲方后，乙方仍有权未经甲方同意，用所设计之作品参与公益、专业、行业或各类组织机构的、竞赛评比活动。但乙方不得用于除此之外的其他目的与事项。

九、违约责任

1、乙方的有关报价资料若未经甲方签字认可，乙方就进行单独成品制作或媒介发布，均视为乙方违约，因此而产生的费用甲方不作任何补偿。

2、乙方除自然力、政府等不可抗力之因素外，应按本协议或各分项合同约定之要求，完成各项工作，否则视为乙方违约，甲方有权单方面终止执行本协议或各分项合同，及对乙方进行直接经济损失索赔。

3、各分项合同经双方签字盖章后，非因乙方原因，甲方中途终止执行合同的部分或全部内容，乙方有权书面通知甲方及时纠正，如甲方不能在通知的时间内纠正，则视为甲方违约，由此给乙方造成的一切经济损失由甲方承担，乙方有权终止执行本协议和有关部门分项合同。

4、如甲方未能按本协议或各分项合同约定的时间内付款，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力。

5、滞纳金：如甲方逾期7日仍未付款，则须自本协议或各分

项合同约定的付款时间算起，每日按拖欠款金额的3‰向乙方支付滞纳金；如经甲乙双方协商同意后决定工作推迟，则收款时间相应顺延。

十、中止合作的条件

任何一方违反本协议或各分项目合同各项规定的，对方有权书面通知对方予以及时纠正；如一方不能及时纠正，则另一方有权中止本协议或各分项目合同的执行。

十一、甲乙双方可在协商一致情形下，以附件形式补充其他条款。

十二、本协议与附件未尽事宜，双方协商解决，协商不成，任何一方可提交长沙市仲裁委员会仲裁。

十三、本协议连同附件一式二份，双方各执一份，具有同等法律效力。

十四、本协议之附件资料：《设计、制作、发布等收费标准》。

十五、本协议自双方签约日期起生效。

甲方： 乙方：

法人代表（盖章）： 法人代表（盖章）：

法人代表委托人： 法人代表委托人：

地址： 地址：

联系电话： 联系电话：

传真号： 传真号：

开户名称： 开户名称：

开户银行： 开户银行：

帐号： 帐号：

邮编： 邮编：

签定日期： _____年_____月_____日

广告战略合作框架协议篇二

住址： _____

法定代表人： _____

联系电话： _____

传真： _____

乙方： _____

住址： _____

法定代表人： _____

联系电话： _____

传真： _____

一、广告服务

1、根据甲方要求，乙方为甲方的_____产品（品牌/服务）在_____地区提供广告服务，包括策略运筹，创作和制作，媒介策划及购买。

2、如有需要，甲方将要求乙方负责其他辅助性服务，例如公关推广，促销执行和市场研究。

3、此等服务将根据相关法律，法令和有关条例规定进行。

二、期限

1、本协议由_____年_____月_____日起开始生效。

2、在此期间（即正式解除合约前_____天）乙方将继续收取应有的策划管理费（列于收费细则内）。

三、独家代理

在未取得甲方书面同意前，乙方不得在协议有效期内作为其他同类竞争公司产品的广告代理商。

四、机密

乙方同意将所有甲方提供之资料及数据保密，未经甲方书面同意，不得泄露机密资料于第三者。

五、服务业务详述

1、策略部分的主要服务包括

（1）市场咨询分析报告（每月）——对相关简报资料进行总结和分析，形成关于甲方产品类别的市场咨询报告。

（2）竞争广告创意分析（每月）——对甲方相关产品类别中竞争品牌广告进行跟踪和分析，提供广告样片、样稿及分析报告。

（3）竞争广告媒介分析（每月）——对竞争对手在电视和平面主流媒体内的广告花费（根据投放报告和估计单价计算）

进行汇总，并提供竞争产品媒介策略的分析报告。

（4）零售市场访查（每季度）——对产品的主要零售市场进行定期访问，了解产品及竞争对手在销售终端的状况，并形成分析报告提交客户。

（5）市场资讯分析（每半年）——利用乙方拥有的市场和消费调研资讯，对甲方业务的相关议题进行分析，并提出策略建议。

（6）品牌策略建议书（每年）——综合对市场、消费者和品牌现状的了解，利用乙方品牌策划工具，提出全面品牌策略建议，并通过与客户的沟通不断完善，直至双方认可。

（7）产品策略建议书（每年）——从品牌策略出发，对产品所属的具体市场进行深度分析，达到产品层面的策略建议，与客户形成共识。

（8）广告传播策略和实施建议书（每年）——基于即定的品牌和产品策略，全面制定广告传播和推广策略，以及广告传播和推广活动的总体安排，形成具实战意义的建议。

（9）战术性活动建议书（每年）——根据市场需要和甲方需要提交促销、公关推广等活动的建议，特别是整体行销方面的“新点子”，并尽可能协助甲方进行活动的实施。

2、市场调研部分主要包括

（1）调研建议书——根据甲方市场需求，进行调研总体构想和策划。

（2）调研公司推荐——根据甲方调研项目和具体要求，利用乙方实际经验，甄选适当的调研公司，与其联络沟通，并对其调研计划进行评估，为甲方做出推荐。

(3) 调研监督——在调研的操作环节中，对调研公司工作做出指导和监督，协助甲方保证调研按计划实施。

(4) 调研结果分析——对调研公司的调研结果报告进行客观的再分析，并进一步建议调研结果的运用。

3、创意部分的主要服务包括

(1) 创意策略提案——根据品牌策略和竞争状况，提交创意策略和概念。

(2) 创意工作指令——根据同意的创意概念，起草供创意人员遵循的工作指令，与甲方确认后即启动创意工作。

(3) 广告片——根据创意工作指令，发展电视广告片，向甲方提案。

(4) 平面设计——对平面广告和推广用品，根据工作指导令发展设计草图，向甲方提案。

(5) 广播广告脚本——发展广播广告脚本及参考音乐音效资料，向甲方提案。

(6) 创意测试——在需要的情况下，协助甲方进行创意测试调研，对调研结果分析，并对创意进行修正。

4、制作部分包括

(1) 广告制作——电视、平面、广播等广告的制作。

(2) 其他推广品的制作——按甲方确认的创意进行其他推广用品的制作。

(3) 广告播出物料制作——根据媒体要求，制作和发送广告拨出所需的拨出带和刊出成片。

(4) 杂项工作——在乙方业务范围内的其他活动的计划实施、物料的设计、制作、采购等。

5、媒介部分的主要服务包括

(1) 媒介状况的分析——对地区媒介状况和消费者媒介习惯进行分析，为客户提供对媒介的准确和最新认识。

(2) 市场优良排序分析——根据甲方提供和乙方内部资料，对“市场营销分配比”和“市场潜力分布”进行研究，排定市场排序，决定媒介资源的地域性分析。

(3) 最佳媒介量度设定——通过有效频率进行测定，并进一步界定在每一市场所需的最优化广告到达率和总收视点水平，从而决定广告投放量的多少。

(4) 媒体总计划——确定媒介策略，包括目标受众、媒体选择和分布、媒介量度目标、广告战役媒介流程、预算建议和分布等。

(5) 收视成本和效益分析——对给定目标对象的收视成本进行分析，确定最具效益的投资方式。

(6) 媒介最优化排期——使用权威收视率资料进行广告投放最优化排期组合和分析。

(7) 媒介月排表——根据最优化组合提供每月广告投放排期表。

(8) 媒介定位——根据甲方确认的排期进行定位，向媒体争取最大折扣，如实退还给甲方，并安排向媒介付款。

(9) 媒介机会——根据媒介品牌策略，主要搜寻媒体机会，并通过评估向甲方做出推荐。

(10) 检测服务（每月）——对甲方委托乙方投放的广告播出情况进行检测，并投放检测报告，即时发现播放和刊出的误差，并向媒体进行追缴，使甲方获得补偿。

(11) 投放后效果分析（每月）——对每一阶段的电视广告投放，利用检测到的播出情况，与计划设定的效果进行对照，总结投放中的经验，用于之后的操作。

6、综合推广

(1) 推广方案建议——根据品牌产品策略和整体广告推广计划，利用乙方的相关经验和专长，为甲方提供公关、促销、直效行销、公共事务等方面的整合策略和方案。

(2) 推广活动根据甲方和乙方在地区的执行能力，由乙方负责一部分综合推广项目的运作，或为甲方提供创意、设计和实施方面的支援。

六、收费

方案a（长程合作）

1、策划管理费——自本合同签署之日起，乙方每月向甲方收取人民币_____元整，涵盖乙方提供的策略、创意方面的服务，甲方于本合同签订之日起_____天内向乙方预付两个月策划管理费，即_____元整，并从次月开始每月支付上月策划管理费。

2、制作及杂项代理费——涵盖制作人员提供的制作和其他杂项服务。收取制作费及杂项工作实际外付成本的_____ %作为代理费，甲方同意于实际执行时一并支付。

3、媒介代理费——涵盖媒介策划及购买的服务，其中媒介花费毛额的_____ %为媒介计划的代理费，媒介花费毛额

的_____%为媒介购买的代理费甲方同意于媒介购买时一并支付。

4、其他收费——综合推广方面及其他一些特殊项目的收费视情况而定，原则上乙方收取外付成本的_____ %作为工作报酬，甲方同意于实际执行时一并支付。

方案b(个案合作)

1、策划管理费——策略部分_____万元起。市场研究部分_____万元起。创意部分_____万元起。媒介计划部分_____万元起。

2、其他同上。

七、其他业务原则

1、收费制度有效期为一年，之后双方可根据运做情况和业务需要进行必要的调整。

2、乙方在实际费用发生前，须将报价或媒介排期表提交甲方，获得甲方书面认可后方可执行。

3、以上收费制度应保持透明度，在涉及外付费用的情况下，甲方保留查阅外付款项单据的权利。

4、乙方与媒体争取到的折扣、优惠，应全部归还给甲方。

5、甲方如委托乙方从事媒介购买，需在签署媒介排期表之后向乙方预付购买涉及的款项，以保证乙方有效的定位购买。

6、如遇大型制作工作（如电视广告片制作），在制作单位要求预付定金的情况下，甲方应按要求的比率提前将定金付给乙方。

7、在乙方已进行工作后，如甲方需要取消任何制作或媒介计划，乙方将所发生的费用或开支连同代理费及税金向甲方收取。

八、付款

1、甲方同意倘若预期付账给乙方，按银行规定按日支付滞纳金，过期_____天后，双倍支付滞纳金。

2、甲方同意媒介播出表或报价单必须在工作进行前批核，而款项也必须在媒介定位或制作前支付。

3、有关媒介预付款项，当广告播出后，乙方将原来发票与刊登及播出证明核对，如有多收部分，乙方将会向甲方重新开发票与原发票更换或由次月发票中扣除差额部分，并退回次月媒介款项中扣除差额部分。

九、解除和约

1、本协议解除后，乙方须将所有已向甲方收取或制作的用品，以及所有代甲方订立的合同，交回甲方或指定代表。

2、如双方合作出现商谈无法解决的纠纷而必须通过法律手段解决时，双方将按《合同法》的规定进行处理，仲裁单位为_____仲裁委员会。

十、以上协议一式_____份，双方各执_____份，经双方签字盖章后生效。

法定代表人签字：_____

乙方：_____

法定代表人签字：_____

广告战略合作框架协议篇三

甲方：

乙方：

甲、乙双方就有关栏目的广告赞助等合作事项，经友好协商达成如下协议：

一、甲方在现在的办公地点内向乙方无偿提供一间约平方米的办公室和一部市内分机电话，乙方为甲方代理征集栏目的随片广告及有关赞助事宜。

二、甲方为乙方提供一部外线电话，电话费由乙方自行承担，即每月由甲财务部门将电话的费用单位交由乙方，乙方根据电话费用单的金额支付给甲方。

三、甲、乙双方约定：乙方如按甲方栏目的定价征集到广告，广告费全部到甲方账号后甲方支付给乙方该广告费总金额20%作为广告代理费，乙方为甲方征集到资金赞助的，甲方支付给乙方该赞助金额的30%作为回报，如征集到实物赞助的，甲方按实物的实际价格计算，支付给乙方30%作为回报。

四、乙方征集广告和赞助所需的'一切费用由乙方自行承担，甲方概不负责，乙方为甲方的栏目进行征集广告和赞助活动时，不得损害甲方的名誉和利益。

五、合作期限内，乙方必须遵照甲方的以下规定：

(1) 乙方根据甲方的作息时间安置工作，不得影响甲方正常的工作秩序。

(2) 除甲、乙双方本协议约定的合作事项外，乙方不得干涉甲方的其他业务。

(3) 乙方必须遵照大厦的物业管理及保安工作，不得动用和损害公共设施及甲方办公区的财物，如有损害的，按规定赔偿。

(4) 乙方及乙方来客不得在甲方的办公区内随意走动、喧闹。

六、在甲方方便的情况下，乙方可以使用甲方的办公设备（如复印机、电脑、会议室、车辆等），甲方作合作记录，由乙方签字认可，并按正常商务费用价格的50%付给甲方，每月结算一次。

七、甲、乙双方根据本协议的合作期限以栏目广告合作结束为限。如因特殊原因造成栏目合作的终止，甲、乙双方有关本协议的合作事宜自动终止，甲方收回一切权利。

八、甲、乙双方如有其他异议，应通过友好协商解决。

九、本协议一式三份，双方盖章签字后立即生效。

甲方（盖章）： 乙方（盖章）：

法定代表人（签字）： 法定代表人（签字）：

日期：

签订地点：

广告战略合作框架协议篇四

广告经营者名称（以下称乙方）： _____

甲乙双方根据目前媒体实际情况及《中华人民共和国合同法》、《中华人民共和国广告法》及有关规定，签订本合同，并共同遵守。

一、广告项目名称：_____

二、广告设置地点：_____

三、广告规格/数量：_____

四、发布期限：自___年___月___日至___年___月___日止。

五、广告制作完工时限：签订合同收到甲方预付款后___个工作日内。

六、完工验收：

广告制作完工后，乙方应书面通知甲方验收，甲方接到验收通知书___天内组织验收完毕，逾期视为验收合格。验收标准为甲方签署的设计稿件、喷绘小样。

七、广告版面、结构图纸设计：

双方商定广告版面采取下列第种方式提供；

1、签约时甲方提供广告版面设计光盘一式___份。

2、乙方按甲方意图设计，经由甲方认可。

八、合同价款（不含版面设计费）：（大写）人民币万圆整
（壹年）

（以上价格含制作费、场地费、发布费、电费、维修费、政府审批费用等）。

九、付款方式：

1、合同签订时，甲方支付人民币___元的定金。

2、广告发布后经验收合格一个周内，甲方付清第一年年余款，人民币___万元。

十、甲方权利与义务：

1、向乙方提供广告发布审批所需的资料，并保证其资料的真实性、合法性；并承担相应法律责任。甲方提供资料不及时、不完整所耽误的时间计入发布期。

2、监督乙方广告制作的质量和施工进度。

3、发布期间督促乙方修复破损部位，更换损坏材料、修复损坏灯具。

4、协助乙方做好与有关部门的协调工作。

5、按合同规定及时付清款项。

十一、乙方权利与义务：

1、依法审查甲方提供发布广告所需的材料，并承担审查责任。

2、依法办理广告审批手续。

3、甲方未按时付款又拒付违约金的，可停止发布。

4、严格按照双方商定设计方案图纸进行施工，确保质量按期竣工。

5、乙方负责在发布期限内对框架、线路、灯箱等的保养维修工作。

6、乙方在签署之日起开始施工，在发布期满内因广告牌造成任何故障及故障所引发的安全责任事故由乙方负全部责任。

7、发布期间乙方有维护看板之义务，甲方有监督的权利。

8、广告发布后每晚亮灯时间为4小时，原则上夏秋季节为19:00—23:00，冬春季节为：18:00—22:00，或按天黑时间随机调整。

9、在广告发布期间，乙方如遇灯具坏损，乙方应于___小时内修复或更换完毕。

10、广告发布期间，如遇画面明显褪色、破裂，乙方负责无偿按原画面进行更换发布。

十二、以下原因，工期可相应顺延：

1、甲方要求变更工程量或设计的。

2、不可抗力的自然灾害。

十三、广告发布期间，如遇不可抗力造成广告牌损坏及由此产生的连带责任，由双方协商按下列方式解决：

1、在广告发布期间，如遇台风11级内，广告受损，乙方负责恢复，并承担所有费用。

2、在广告发布期间，如遇11级以上台风，广告受损，双方各自承担广告牌恢复费用的'___%。

3、发布期内如电源供电终止，则无照明发布时间按正常发布时间的三分之二计算发布期。

十四、因政府行为或其他非乙方责任造成广告终止，双方协商按下列方式解决：

1、按国家法规规定：户外广告均属临时性建筑，如因城市规划建设需要，应及时无偿拆除。

2、政策性问题或人力不可抗拒之原因造成广告牌不能发布，双方应友好协商解决，甲方可选择于乙方拥有的同等价值的广告位继续发布。

3、甲方也可选择选择广告费至广告发布终止日而终止收费。乙方扣除广告费总额的___%作为税费及制作费用，余款为广告发布费用，根据实际发布时间，将未发布的广告费用退还甲方。

十五、广告制作施工及保养维修过程中发生意外事故，如人员伤亡、财产损失等由乙方承担责任。

十六、其他约定：

1、广告制作完工经验收不合格，广告发布期限按验收合格日期顺延。

2、广告版面、结构设计图纸。

6、乙方债务履行后，甲方所支付的定金抵作价款收回。

十七、违约责任：

1、甲方未及时付款，每超过1天，按合同价款___%付给违约金，或相应缩短发布期。未及时付款超过___天，乙方有权拆除甲方画面，另行发布广告。

2、乙方未按期完工，每延期1天，按合同价款___%付给违约金，或相应延长发布期。

十八、同争议解决方式：

本合同在履行进程中发生争议，由甲乙双方协商解决；协商不成，双方同意依法向_____人民法院提出诉讼。

十九、本合同经双方法定代表人签字或盖公章后生效。

二十、本合同一式2份，甲方执1份，乙方执1份。

二十一、其它说明：

1、本合同签订地点：乙方办公场所所在地。

2、甲方的关于稿件确认人、有关往来文书交收人为：_____。

二十二、合同附件：

广告版面图纸。

二十三、本合同未尽事宜，按《中华人民共和国合同法》、《户外广告管理规定》执行。

法人代表委托人：_____法人代表委托人：_____

地址：_____地址：_____

签字日期：____年____月____日签字日期：____年____月____日

广告战略合作框架协议篇五

乙方（供方）：_____

根据《中华人民共和国合同法》及相关规定，甲、乙双方就乙方代理甲方广告物料制作业务，在平等互利的基础上经过友好协商，达成以下协议：

一、通过公开对比，乙方为甲方协议供货单位，在协议期限

内为甲方提供广告平面设计、物料制作、施工安装及维护服务等。

二、价格：以招标时乙方公布的价格为准（见附件1），如遇市场行情变化需调整价格，经双方调查核实及协商一致后实行；如原招标报价单中还有未涉及的项目，则双方根据该项目市场价格商议供货价，并补充到报价单中。

三、乙方所提供的制作物品及服务须符合行业标准及甲方要求，其服务能力（包括设计及制作水平、安装及维护质量、执行效率等）是甲方考核乙方合作能力的依据。如果乙方无法满足甲方需求，则甲方有权终止与乙方的合作协。

四、因广告制作物品所用材料不达标或安装不当等导致人身安全或财产受到损失的，乙方付全部责任；对甲方造成损失的，乙方付赔偿责任；因不可抗力导致损失的，双方根据实际情况协商解决。

五、结算：

1、按月结算。甲方当月根据报价进行上个月结算，并将货款付给乙方。

2、付款方式：现金付款

六、乙方须提供送货单并由甲方相关人员签字，甲方每月凭送货单结算；乙方须提供收据，甲方凭发票付款。送货单总金额与收据金额一致。

七、本协议有效期限为_____年。（即_____年_____月_____日至_____年_____月_____日内有效）

八、在甲乙双方公司重组、更名情况下，协议重新协商，经双方同意确认后执行。

九、本协议在执行中若发生争执，双方应本着友好协商的态度予以解决，协商未果，任何一方均有权向有管辖权的法院起诉。

十、本协议经双方代表签字盖章后生效。

十一、本协议一式两份，双方各执壹份，具有同等法律效力。

十二、未尽事宜，经双方协商后再签订书面附加协议，与本协议具有同等法律效力。

附件1：报价单原件；

甲方：_____乙方：_____