

最新营销合同和销售合同有何区别 委托 营销合同(汇总8篇)

随着法律法规不断完善，人们越发重视合同，关于合同的利益纠纷越来越多，在达成意见一致时，制定合同可以享有一定的自由。怎样写合同才更能起到其作用呢？合同应该怎么制定呢？下面是小编带来的优秀合同模板，希望大家能够喜欢！

营销合同和销售合同有何区别篇一

甲方：（以下简称：甲方）

乙方：（以下简称：乙方）

根据《中华人民共和国合同法》及其他有关法律、法规规定，在平等、自愿、协商一致的基础上，甲、乙双方就下列酒水代理销售事宜达成如下协议：甲方权利、义务。

一、甲方授权乙方限在 区域内作为甲方高端红酒产品的代理经销商，甲方不再向另家供货，从而保证乙方代理销售权。

二、甲方负责按照乙方酒标设计进行包装，并且每年最低保证供应50吨高端红酒产品原浆。

三、甲方按不同品种瓶、盒明确标明的产品执行标准保证产品质量。乙方权利、义务。

四、乙方负责代理区域内营销推广事宜，因此产生的相关费用由乙方负责。

五、乙方对销售困难的红酒品种在不影响再次销售的情况下，享受调换、退货、退款的选择权，从而维护乙方经济利益不

受损失。

七、 产品价格：甲方负责以 元/瓶的价格供应给乙方指定包装高端红酒产品，并且在乙方代理销售区域内由乙方自行制定销售价格。

八、 支付方式：自货到之日起，一个月内结清货款(乙方将全部货款交由甲方)。

十、 甲、乙双方如果发生争议，应当友好协商解决。如协商解决不成的，任何一方均有权向 乙方住所地人民法院起诉。

十一、 本协议自签订之日起生效，本协议一式六份，双方各持三份。

甲方(签章)： 乙方(签章)：

授权代表(签字)： 授权代表(签字)：

地址： 地址：

营销合同和销售合同有何区别篇二

乙方：_____

第一条：委托标的标的物：位于_____，面积：__平米

第二条：委托权限

委托经营期间乙方行使完全的经营权，甲方不得干涉乙方经营行为，不得单方终止合同,更不得阻挠乙方正常经营或私自与乙方合作商进行交易,否则造成损失有行为人自行承担。

乙方对外经营期间,若实际对外经营单价高于经营定价的,高

出部分属乙方收益,应视为委托费用,与甲方无关,甲方不得就此所要权利.

委托期限为_____年,即_____年_____
月_____日起,止于_____年_____日。

甲乙双方同意在委托投资经营管理期限内,本合同为不可撤销合同。

第三条：委托事项

甲方授权乙方下述商业经营事宜：

全面制定经营方案，引进先进的市场理念、模式、方法；

鉴于乙方有完善的经营资质、经营品牌及经营管理经验，并在行业内享有较高声誉，因此乙方在委托经营期内，以自己名义对外经营管理、签订各项经营合同、收取各项费用、出具各项票据。但经营定价部分收益的法定及合理税、费由甲方自行承担。

甲方收益以乙方实际对外签订合同收益为计算依据。

甲方在委托乙方经营管理过程中乙方不承担该房的维修。

第四条：保密责任

协议双方对本协议履行过程中所接触或获知的对方的任何商业信息均有保密义务，除非有明显的证据证明该等信息属于公知信息或者事先得到对方的书面授权。该等保密义务在本协议终止后仍然继续有效。任一方因违反该等义务而给对方造成损失的，均应当赔偿对方的相应损失。

第五条：不可抗力

本合同所称不可抗力是指不能预见、不能克服、不能避免并对一方当事人造成重大影响的客观事件，包括但不限于自然灾害如洪水、地震、火灾和风暴等以及社会事件如战争、动乱、政府行为等。

因不可抗力或者其他意外事件，使得本合同的履行不可能、不必要或者无意义的，任一方均可以解除本合同。遭受不可抗力、意外事件的一方通过书面的形式通知对方。

第六条：未尽事宜，可另签补充协议，补充协议具有同等法律效力。

第七条：文本

甲乙双方对本合同条款内容的理解不存在异议。

本协议一式_____份，协议双方各持_____份，具有同等法律效力。本协议自甲、乙双方授权代表签字之日起生效。

甲方(公章)：_____乙方(公章)：_____

法定代表人(签字)：_____法定代表人(签字)：_____

_____年___月___日_____年___月___日

营销合同和销售合同有何区别篇三

甲方：(以下简称“甲方”)

乙方：(以下简称“乙方”)

身份证号码：

甲乙双方根据《国家劳动法》及其他相关法律、法规，本着平等自愿的原则，协商一致，签订本合同，确立劳动关系，共同遵守。

一、劳动合同期限

第一条 本合同期限自 年 月 日起至 年 月 止。

二、工作内容

第二条 甲方安排乙方从事 工作，甲方有权根据工作需要调整乙方的岗位、职务，乙方如不服从甲方安排，应提前一个月向甲方书面提出辞职申请，否则，甲方可以追究乙方相关责任。

三、工作时间

第三条 甲方实行每日 小时、每周 天工作制。

第四条 因生产经营需要，经协商同意安排乙方加班加点，甲方按规定支付加班工资或休息。

四、劳动报酬

第五条 甲方按月足额以货币形式支付乙方工资，每月工资 元。

五、劳动保险

第六条 甲乙双方应按照国家和本地政府的规定缴纳社会保险费。

第七条 乙方患病、工伤、致残、死亡等待遇，按照国家的有关规定执行。

六、劳动保护和和劳动条件

第八条 乙方的劳动保护、安全卫生条件按有关法律、法规、规章执行。

七、劳动纪律

第九条 乙方应遵守国家法律、法规及甲方依法制定的. 各项规章制度和劳动纪律;遵守职业道德, 遵守安全操作规程;保守甲方商业秘密。

八、劳动合同解除或终止

第十条 劳动合同解除应按国家有关规定执行。

第十一条 有下列情形之一的, 劳动合同即告终止:

- 1、劳动合同期满的;
- 2、乙方到达法定退休年龄的;
- 3、乙方死亡或被人民法院宣告失踪、死亡的。
- 4、经双方协议, 同意终止合同。

九、违约责任

第十二条 一方违反本合同, 给对方造成损失的, 依照国家有关规定赔偿。

十、劳动争议处理

第十三条 双方因在履行本合同发生劳动争议, 可以协商解决;不愿协商或协商不成的, 可以从劳动争议发生之日起三十日内向甲方劳动争议调解委员会申请调解或从争议发生之日

起六十日内向当地劳动争议仲裁委员会申请仲裁。

第十四条 甲乙双方另行约定的专项协议、劳动合同变更协议和甲方规章制度均作为本合同的附件，与本合同具有同等效力。

第十五条 本合同未尽事宜，按国家和当地人民政府有关规定执行。

第十六条 甲乙双方各执一份，具有同等法律效力。合同自签订之日起生效。

甲方：(盖章) 乙方：(签名)

法定代表人：(委托代理人)：(签名)

年 月 日 年 月 日

营销合同和销售合同有何区别篇四

(3) 负责前海公用供电设施小额工程、应急抢修的实施管理工作；

(4) 负责前海公用供电线路负荷监控管理, 临时用电的接驳管理, 现场查勘及资料审查；

(5) 负责负荷调整、设备迁改等工程立项、招标、合同签订、后续实施等工作；

(6) 负责对接供电部门, 做好公用供电线路运行方式安排等相关事项的跟进落实；

(7) 负责用户产权供电设施的监督管理工作；

- (8) 负责前海公用供电设施的资料接收、现场勘查等工作；
- (9) 完成领导交办的其他任务。

营销合同和销售合同有何区别篇五

乙方：_____

甲、乙双方在自愿、平等、互惠互利的基础上，根据《民法通则》和《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。

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。

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。

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。

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。

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%作为违约金。

在未获得甲方书面同意前，乙方不得在协议有效期内为同区域内具有直接竞争性的房地产项目提供相同内容的服务，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。

如果本合同所明确约定的违约金和乙方的其他责任仍然无法弥补甲方为此遭受的全部损失的，甲方有权要求乙方赔偿其为此遭受的全部损失。

本合同执行过程中如涉及需第三方参与的工作，甲方有权评估并选择合作方，确定合作方后乙方须予以工作配合。涉及第三方制作的成本及费用，其报价单经甲方签字确认后，由甲方直接向第三方支付相关费用。

如果本合同所明确约定的违约金和乙方的其他责任仍然无法弥补甲方为此遭受的全部损失的，甲方有权要求乙方赔偿其为此遭受的全部损失。

双方在合同履行的过程中，如有争议，应协商解决；协商不成的，任何一方可向项目所在地人民法院提起诉讼。

本合同之所有附件与本合同具有同等法律效力。

本合同壹式陆份，甲、乙双方各执叁份，具有同等的法律效力。本合同自双方盖章之日起生效。

本项目乙方所完成之方案或确认之设计稿件的知识产权归属甲方。

乙方确保其提供的方案或设计稿件不侵犯任何第三方的合法权利。一旦甲方因此遭受任何损失，包括但不限于为提出抗辩而支付的律师费、澄清事实的费用、对第三方的赔偿，由乙方负责弥补甲方为此遭受的一切损失。

甲方联系人： _____

电话： _____

地址： _____

乙方联系人： _____

电话： _____

地址： _____

本合同的任何一方发出的通知或文件，应面呈、快递、传真或邮寄方式至另一方的本合同约定的地址。如邮寄方式，在投邮后（以寄出的邮戳为准）第5个工作日视为已送达另一方；如直接送达的方式送达，则于另一方签收时视为已送达。

甲方（盖章）： _____ 乙方（盖章）： _____

法定代表人： _____ 法定代表人： _____

营销合同和销售合同有何区别篇六

甲方：

地址：

乙方：

地址：

根据《_合同法》，经甲、乙双方友好协商，在自愿、平等、公平和诚实信用等原则的基础上，就甲方委托乙方进行“商务信息咨询”事宜达成一致意见，兹订立本合同，以资共同信守。

一、项目内容：

甲方委托乙方进行特渠店内推广促销活动(以下简称：店销活动)。活动渠道分别为南京的各大超市。活动形式为同时在店

内开展推广、售卖。

二、项目执行时间和场次

1、执行日期： 年 月 日~ 年 月 日。

2、执行时间： 每场次活动时间为 ；以上为参考时间，具体活动时间根据门店人流量及营业时间调整，每场工作时间为8小时。

3、执行场次： 每店每周做6场，每周周一为促销员休息时间，做满一个月；乙方按照甲方确认的门店、场次安排活动的执行。甲方有权调整活动门店及场次的安排， 具体门店及场次以甲方确认为准。

三、乙方为甲方提供的服务及职责：

1、在乙方负责的活动执行中，将：

1)负责进行活动的商超的联络、勘察和卖进。

2)根据两方确认的活动策划方案进行现场的安排。

3)负责在活动城市招聘、培训、考核活动管理人员、临时促销人员，明确分工和责任，做好培训和现场活动的组织管理工作。所有招聘人员须经甲方面试合格后方可上岗。

4)提前1天办理好所有工作人员的进店的手续。

5)活动执行过程中保证所有参加人群的安全，并承担相应赔偿责任。

2、乙方将在活动执行完毕后呈交甲方活动总结报告及相关文件、影音资料。

- 3、乙方将负责活动现场所有物料道具、产品、赠品的组织运输、装卸和保管。
- 4、 策划案版权归甲方所有。乙方不得用于第三方使用或散播。
- 5、 乙方有按约定取得甲方支付所有费用的权利。

三、乙方义务

乙方保证具有符合法律规定的资格签署本合同并提供本合同项下的服务；

- 2、 甲方免于因乙方服务而引起的对第三方的侵权责任，由此产生的费用及赔偿责任由乙方独自承担。
- 3、 乙方负责亲自完成本次店销活动，不得委托任何第三方代为执行此次店销活动，否则相应产生的一切后果由一方自行承担。由此给甲方造成的损失由乙方承担赔偿责任。
- 4、 乙方应组织相关工作人员按甲方要求的方法及质量完成店销活动。在整个店销活动执行过程中，乙方应对其所聘用工作人员的行为负责。
- 5、 乙方应与其所聘用工作人员签署劳动合同，乙方与工作人员产生的任何劳动纠纷与甲方无关，乙方自行处理与承担法律责任。因此给甲方造成损失的，乙方还应向甲方承担赔偿责任。
- 6、 本店销活动相关产品、物资及促销物品一旦由丙方接受，丙方应承担除不可抗力以外的损失风险。
- 7、 在店销活动期间，乙方及时向甲方报告执行状况，并至少每周提供店销活动执行报告。

8、 在店销活动期间由于不可抗力原因而非乙方责任，导致店销活动停止执行，不可追究其责任，甲方应按合约付清相应执行费用，若因上述原因延长执行则工作时数按实际情况增加并收取相应费用。

9、 乙方于店销活动结束后1周内及时向甲方提供店销活动方案报告。

10、 乙方在店销活动中不得有任何有损甲方形象的行为。

11、 在本合同签署后或履行过程中，若甲方发现乙方违反上述保证或不具备保证的资格，有权以书面形式通知乙方解除本合同而不构成违约。在合同解除后，甲方仍保留要求乙方承担损害赔偿权利。

13、 乙方在活动执行过程中除甲方原因给第三方人身、财产或其他权益造成损害的，由乙方承担全部责任，并赔偿甲方所遭受的损失。

14、 在活动期间，如因为天气等不可抗力发生活动的推迟，则根据甲方需要，对活动进行取消和改期处理。

16、 本合同规定的其它乙方权利和义务。

四、甲、乙双方义务：

1、 甲方提供有关此次活动的相关信息以供乙方工作人员培训使用。

2、 甲方负责对乙方所提供的活动场地、场次及执行费用确定；

3、 甲方有义务准时提供给乙方店销所需质量良好的相关促销物品和产品，从而保证乙方可以准时、顺利开展店销活动。

如果由于甲方造成相关促销物品交付时间延误，则整个店销活动时间相应顺延，而互不承担违约责任。

4、店销活动执行中，甲方有权停止或变更乙方的全部或部分相关工作，并以书面形式通知丙方。如因此增加店销活动费用，或造成乙方损失，双方应进行协商。甲方将给予乙方协商确认后的补偿。

5、甲方有权督促乙方完成合同中规定的工作。

7、甲方保证授予活动使用的与甲方有关的各项称号和标识符合相关部门规定，同时不构成对第三方的侵权。

8、活动期间，甲方责不定期抽查监督丙方的活动执行，并根据双方约定标准给予乙方的执行效果进行评价打分和做出改进建议。

9、在乙方履行本协议义务后，甲方应按约定及时支付款项。

10、项目执行中，如甲方需变更相关活动内容(如：更换店面)须以书面形式于2天前通知乙方，如产生相关费用，需双方协商同意后确认。

11、本合同规定的其它甲、乙双方权利和义务。

五、活动的质量或规格标准

1、乙方将按照双方确认之甲方书面要求按时完成所承诺项目。活动执行过程中甲方有权对活动方案进行调整。如因此增加(或减少)的费用，由甲、乙方协调确认。

2、项目具体执行前，细案等内容需由甲、乙方确认，乙方不得依据甲方的确认对抗甲方，但甲方需对未能签订补充协议的调整部分负责。甲方可根据需要调整时间安排，但需提前

通知乙方，乙方按照甲方最终确认细案按时完成。

3、活动执行期间，乙方按照与甲方约定的要求每周向甲方提交每场活动的执行评估和相关照片/影像证明。如因乙方原因未及时提交相关资料，甲方以考核未达标向乙方追偿违约金。

六、 合同价款及支付

1、活动费用总金额:以双方确认的《活动报价单》为准。甲方向乙方支付的费用包括以下几种:

a)略

b)略

c)略

d) 工作人员工资及之活动执行管理费用。 物资运输费。 服务费。 税金。

如在活动执行过程中,因活动需要而发生本合同计划之外的费用,乙方应提前向甲方说明,并经甲方确认后,方可执行。

2、执行费结算方式:

执行费结算方式:乙方在活动结束一周内向甲方提供活动验收报告和相关证明及发票。乙方提供费用发票给甲方,甲方将乙方设定为回款客户,乙方提供活动相关核销资料给甲方,经甲方审核资料后,甲方将活动费用汇款或(转账支票)至乙方账户。

七、 违约责任

1、任何一方违反本合同的约定即构成该方违反本合同的事

实;该方应向非违约方承担违约责任，补偿非违约方因而实际及可能承受或遭致的所有损失、责任、赔偿金或费用(包括但不限于合理的法律顾问费，法律顾问费应为符合国家规定的律师代理费。仅指诉讼、仲裁)。本合同关于违约责任的条款是累加的，不应互相排斥。

2、如由于乙方的职员或其代理商的工作疏忽、错误而造成与甲方书面提出的工作目标不符的问题，乙方将提供无偿修改服务，直至符合甲方要求为止，增加工作量，甲方不承担任何费用。

3、因乙方自身原因导致不能按本合同规定的或双方约定的进度完成某个项目，每延迟一日，按照合同总金额1%向甲方支付违约金;超过十个工作日未完成的，甲方有权利终止合同执行，并有权要求乙方支付合同金额10%之违约金。

4、甲方修改活动内容需得到双方确定，如在时间，费用条件超出合同约定的时间，任意修改活动内容或延误活动开展，责任由甲方承担。

5、在合同履行中，乙方不得为与甲方及甲方关联公司处于竞争关系的企业提供任何服务，如乙方违反本项规定，甲方应书面通知乙方，如乙方在接到甲方书面通知后七日内仍未改正，甲方有权解除合同，乙方应向甲方支付合同金额的30%作为违约金。

6、乙方不得将该活动方案的相关信息向无关之第三方泄露。若有违约，乙方需向甲方支付合同金额的30%作为违约金。

八、免责条款

如因不可抗力因素致使丙方不能按期完成项目，乙方不负违约责任，但乙方应在合理的时间内向甲方报告所发生的不可抗力并由甲方当地相关负责人提供相关证明文件，否则，乙

方的不可抗力的因素不能排除。

甲方可根据该不可抗力的严重程度做出如下选择：

a. 顺延“活动”的完成期限，并于顺延期间内随时终止本合同，并对乙方就活动中已产生的费用协商后作出补偿。双方按照实际发生的费用在合同终止之日起的30日内结清所有款项。

b. 立即终止本合同，并与乙方就活动中已产生的费用协商后作出补偿。双方按照实际发生的费用在合同终止之日起的30日内结清所有款项。

九、提前终止

1. 如甲方根据需要提前终止活动，提前告诉乙方，应经双方认可后，双方按照实际发生的费用在合同终止之日起的30日内结清所有款项，费用计算方法按照附件中《活动报价单》计算，任何一方未经对方认可，均无权单方终止本合同。

十、法律的适用及争议的解决

本合同的解释和执行适用_法律，双方在履行本合同中出现的争议首先通过友好协商的方式解决，协商不成时，向甲方所在地人民法院提起诉讼。

十一、签字及生效

本合同一式两份，双方各执一份，经双方授权代表签字、盖章之日起生效。本合同复印件及合同附件具同等法律效力。

十二、本合同包括以下附件：

1. 《活动报价单》

2. 《活动执行手册》

双方正式授权代表签署本合同：

甲方：

地址：

公司授权代表签字(盖章)：

乙方：

地址：

公司授权代表签字(盖章)：

营销合同和销售合同有何区别篇七

为了使甲方生产的（产品名称）扩大销路，增加销量，提高企业经济效益，本着互惠互利、共谋发展的原则，经甲乙双方友好协商，签订合同如下：

二、市场策划和营销策略：乙方负责提供市场营销策划书，经甲方认可同意后，由乙方按照市场营销策划书中的营销策略，实施市场开发和营销工作。费用按本合同的约定解决。

五、数量：甲方提供稳定的粮源以满足乙方市场销售的需求。乙方需要（产品名称）时，应提前三天通知甲方，甲方及时组织加工以保证市场需要。

六、市场开发及费用：市场开发是一项长期的工作，乙方应负责根据市场变化提供市场开发调整方案，经甲方同意后，组织实施。广告费、促销品、宣传品、必要的销售用具和ka卖场费用由甲方负责。渠道促销员的工资、补贴、差旅费，

以及 (产品名称) 在泸州市场销售过程中产生的保管费、仓租费、运费、上下车费、办公费和给商家的联络费由乙方负责。

七、产品质量：由甲方按照国家有关规定和标准生产 (产品名称)，产品质量问题由甲方负责。

九、营销手续：甲方负责提供 (产品名称) 销售手续。

十、货物交接手续及资金结算：甲方商品启运时开出商品调拨运单，乙方收到货后在调运单上签字。乙方凭调运单和铺货单建库存表。乙方在每月的20日结帐后，将销售表、库存表报给甲方。甲乙双方每月结算一次货款，已销售 (产品名称) 的货款结算后，乙方应在三日内支付给甲方。销售量大的时期，也可以七天或半个月结算一次。

十一、本合同一式四份，双方各执二份。合同执行中发现新的问题，经双方协商可以不断完善合同。

甲方(公章)： _____

乙方(公章)： _____

法定代表人(签字)： _____

法定代表人(签字)： _____

_____年___月___日

_____年___月___日

营销合同和销售合同有何区别篇八

委托方： _____ (以下简称甲方)

法定代表人： _____

统一社会信用代码： _____

通讯地址： _____

联系方式： _____

策划方： _____ (以下简称乙方)

法定代表人： _____

统一社会信用代码： _____

通讯地址： _____

银行户头： _____

银行卡号： _____

联系方式： _____

根据《_合同法》及有关规定，甲乙双方本着诚实信用，平等互利的原则，就事宜协商一致，订立本合同。乙方将组织专项项目服务组，向甲方提供服务：

一、甲方的权利和义务

1. 根据乙方策划的要求，提供客观、真实的相关资料和数据；
2. 根据本协议规定，按时向乙方支付酬金；
3. 有权了解乙方的工作进度和实施情况；

4. 有权接收乙方完成的工作成果及相关文件资料。得到双方书面签字认可后，有权获得与本项目相关的知识产权的申请权和所有权；
5. 要求乙方按时、按质、按量完成服务项目；
6. 按时确认和接受乙方完成的阶段性工作成果，并以书面形式签收；
8. 乙方为甲方创作的概念、意念、文体及图像等，所有权归甲方所有，甲方将无界限使用；乙方为甲方提供并经认可的所有方案、图象、文字、概念、意念等，乙方不得提供给他人使用。

二、乙方的权利和义务

1. 按时完成和交付每个阶段的工作成果，提供有效服务和支
持；
2. 乙方有权根据本协议的约定获得酬金；
3. 乙方的策划和设计方案，如果侵犯了第三方的知识产权，
其责任由乙方自负；
4. 保护甲方所交付的一切工作相关物品，包括所有报告、文
件、统计资料及其他材料，不得丢失、传播、泄密。
5. 由双方共同确定广告执行的第三方，乙方负责监督第三方的
实施，并予以验收；乙方负责提供促销品、印刷品□pop□促
销工具等的设计制作方案，甲乙双方共同确定制作方并由乙
方验收。
6. 乙方在充分了解甲方产品、市场状况及相关信息后，应成
立项目组为甲方服务；

7. 乙方按照合同分阶段实施策划服务，服务内容所涉及的甲方商业机密严格保守；
8. 乙方差旅费、伙食费自行承担，乙方每月到甲方进行项目沟通；
9. 为了达到预期目标，乙方定期或不定期向甲方进行专业培训（意识导入、团队建设、营销管理、销售技巧等）；根据甲方需要涉及到特别提升培训项目，乙方负责向甲方推荐和组织专业培训机构实施培训，其费用由甲方承担。