

# 广告设计协议合同 品牌平面广告设计合同 (大全9篇)

在人们越来越相信法律的社会中，合同起到的作用越来越大，它可以保护民事法律关系。那么合同书的格式，你掌握了吗？以下是我为大家搜集的合同范文，仅供参考，一起来看看吧

## 广告设计协议合同 品牌平面广告设计合同篇一

乙方(供方)：

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：以招标时乙方公布得价格为准(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得项目，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、乙方所提供得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得依据。如果乙方无法满足甲方需求，则甲方有权终止与乙方得合作协。

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得，乙方付全部责任；对甲方造成损失得，乙方付赔偿责任；因不可抗力导致损失得，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得态度予以解决，协商未果，任何一方均有权向有管辖权得法院起诉。

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。

甲方：

代表人(签字)：

乙方：

代表人(签字)：

## 广告设计协议合同 品牌平面广告设计合同篇二

乙方(受聘人)：

身份证号： 联系电话：

一、合同期限为壹年：自20\_\_年 月 日至20年 月 日止，合同期满聘用关系自然终止。聘用合同期满前一个月，经双方协商同意，可以续订聘用合同。 二、甲方根据工作任务需要及乙方的岗位意向确定乙方工作岗位为设计部主任设计师。

工作要求：

- 1、严格遵守公司的各项规章制度，不迟到，不早退，不旷工，有事事先履行请假手续。
- 2、依据公司与业主意向，及时拿出装修设计预案，可考虑多种方案供参考。
- 3、工程合同签订后，应在开工前拿出整体设计方案，时间紧迫的，必须加班配合。
- 4、设计人员应对尺寸进行现场实地复核，设计内容要完整。负责设计的方案负责技术交底。
- 5、不得利用公司资源，外接业务、中介业务、转包业务或以任何形式收受建材商回扣，收受的.应上缴公司，违反者按辞退处理。
- 6、各类设计图纸，必须经公司同意后方可出图。
- 7、在施工过程中，向项目实施人员现场解释图纸内容、技术要求，根据工程部和客户要求实施现场指导，确保工程设计和施工效果。
- 8、在施工过程中对不科学、不合理的设计部分与同行及施工管理人协商，酌情修改，力争不返工、少返工 。
- 9、施工过程中由于设计主观原因导致工程返工等，则返工费用视责任大小相应由设计人员承担，并在当月工资结算时扣

除。

10、对各工程方案图纸要分别整理归档，做好\_\_\_，设计草稿要及时销毁，需调用存档图纸时向公司汇报，征得同意方可借出、复制。

11、未经公司同意，设计人员不得擅自为他人设计装修方案，或向他人透露公司的任何信息，特别是客户信息、设计图纸和公司近期主要工作内容、计划。否则，公司将作严厉处罚，直至辞退。

12、外接的设计图纸，根据图纸内容、数量由设计人员填写委托工单，交给设计部负责人，负责人审签后交财务扎口。财务收款后，开出收款凭据，并签字放行，客户凭此据领图。不见凭据，不得发出图纸。

13、绝对服从公司管理，遵守公司管理规定，及时完成公司交办的其他事务。

### 三、薪酬待遇：底薪加提成

1、甲方支付给乙方的月工资底薪为：3000.00

2、业务提成：

a□业务设计部按照成交价总额提3%-6%，基装业务3万元以上为3%，8万元以上为4%，15万元以上为5%，20万元以上为6%。整装业务通提2%。

b□每个月见面客户(建筑面积120平方米以上)按照3比1的签单率进行考核。见面客户减少的或增加，按照比例增减签单率，乙方承诺在甲方现有价格基础上成交单价提高10%。签单率未达到的，按照百分比扣减底薪。签单客户必须保证公司的毛利润不低于30%，低于的按照二分之一比例承担经济责任。

c□设计部收取的设计费除去费用(业务提成3%，效果图费用)开支后，按照5比5的比例分配。乙方的业务提成按月计算，客户付款后结算。

五、乙方在职期间所开发的一切客户为甲方所有。乙方不得私下订单，一经发现，将承担5000元的违约责任。

## 六、协议解除

2、如乙方在任职期内参与其它与本公司业务相类似的经济活动，以权谋私出卖甲方技术资料和商业信息的，甲方有权终止合同，辞退。

3、乙方在任职期内必须严格遵守甲方各项管理制度，严重失职，营私舞弊，对甲方单位利益造成重大损害的，甲方有权追究责任，终止合同辞退。

4、甲方未能按时支付工资及业务提成的，乙方有权终止合同。

5、甲方单位被撤消，聘用合同自行终止。

6、本合同期满后，乙方在甲方产生的客户资源归甲方所有。

7、经合同双方当事人协商一致，聘用合同可以解除。

8、双方不能以任何理由提前终止和解除本合同，违约者支付人民币5000元作为违约金给对方。

9、合同履行期间，乙方单方面要求提前解除聘用合同或因乙方违反公司管理规定被辞退的，甲方有权不支付未结算部分工资及业务提成费用，乙方同时应支付人民币5000元作为违约金给甲方。

七、本合同一式贰份，甲方一份，乙方一份，经甲、乙双方

签字或盖章后生效。

甲方(公章)：\_\_\_\_\_ 乙方(公章)：\_\_\_\_\_

## 广告设计协议合同 品牌平面广告设计合同篇三

3. 本协议一式三份，甲乙双方各执一份，所在公司保存一份，三份具有同等效力。

目前，中国各行各业正处于转型的过程中，对于众多民营企业来说是个难得的历史机遇，逆水行舟，不进则退，企业家应尽早认识到股权激励机制的重要性，运用好股权这一利器，让员工自动自发的工作，让老板有更多的时间思考企业未来的战略。如果你有个性化的问题欢迎随时交流探讨！

如果你觉得以上内容对你挺有启发，我想邀请你帮我两个忙：

## 广告设计协议合同 品牌平面广告设计合同篇四

乙方：法定代表人：地址：电话：传真：

甲乙双方为明确各自的权利和义务，经友好协商，根据《中华人民共和国合同法》及《中华人民共和国广告法》及其他法律、法规之规定，现就甲方承揽广告牌的制作安装事宜达成如下一致协议。

风险提示：

原材料可以由定作人或承揽人提供。不管哪方提供，均要约定对原材料的质量要求。特别是定作方提供原材料的情况下，承揽方更要注意对原材料的质量验收，经验收合格后方可入库。根据合同法的规定，承揽方因保管不善而造成定作方提供的原材料及完成的成果毁损、灭失的，承揽方应该负损害赔偿赔偿责任。为此，承揽方应该提高保管材料的风险意识。

加工承揽业务切忌质量约定不清或口头约定质量，目的在于避免发生纠纷。质量条款要约定明确仔细。

如果质量是以样品为准，除了双方封存样品外，还应有样品质量描述的书面材料。以免样品灭失或自然毁损或对样品内部质量有异议而发生纠纷。

## 二、广告牌规格、材质

1、广告牌材质：\_\_\_\_\_。

2、广告牌尺寸：\_\_\_\_\_。

3、广告牌内容：由甲方设计提交大样稿给乙方，最终按乙方确定的设计方案执行。

4、主体结构以乙方提供的保证主体结构安全的施工图（或施工方案）为依据。

三、广告牌安装安装地点：\_\_\_\_\_。

## 四、总费用及付款方式

1、本合同范本总费用（含税）：\_\_\_\_\_元，大写：\_\_\_\_\_元整。进入合同范本期后，在本合同范本所列的各项制作、安装过程中产生的一切费用均由甲方负责。

2、乙方在本合同范本签订后且双方确定大样稿喷画的第\_\_\_\_\_个工作日内向甲方付款总金额的\_\_\_\_\_%，即：\_\_\_\_\_元作为预付工程款。待全部工作完成且通过乙方验收达到合同范本规定的验收标准后的\_\_\_\_\_个工作日内付款剩余的\_\_\_\_\_%，即\_\_\_\_\_元。

3、以上付款，乙方将以银行转账的方式支付，支付的同时甲方必须提供相应发票。

## 四、工程期限

- 1、自合同签订乙方预付工程款之日起\_\_\_\_日。如遇不可抗力因素（如雨、雪、四级以上大风）工期顺延。
- 2、因乙方反复提出修改意见导致甲方工作不能按时完成时，可由双方协商确定延期时间。

## 五、双方的权利、义务

### （一）甲方

- 1、自乙方通知可以现场施工起，按乙方提供的安装地点在规定的时间内制作施工并安装完毕。
- 2、严格按照乙方确认的施工图纸进行制作、安装。如现场条件和施工图纸方案不符，应及时上报乙方，和乙方协商修改确定。
- 3、甲方对设计的作品享有著作权。

定作方应对自己提供给承揽方的图纸或技术方案予以认真审议。但承揽方对图纸及技术方案提出异议时，要及时核实情况、组织论证、完善方案。切不可拖延推诿，由此将会承担承揽方产生的窝工、设备租赁、生产线闲置等相关损失。

### （二）乙方

- 1、办理广告牌设置、安装所必须的报批手续及相关费用。
- 2、有权对甲方的设计提出建议和修改意见，以使甲方设计的作品更符合乙方单位文化内涵。
- 3、向甲方提供广告牌位置并确保此位置无管道线路，可以施工。

- 4、有义务提供有关单位资料或其他有关资料供甲方设计参考。
- 5、按本合同规定结算广告牌的制作、安装费用。
- 6、确保所提供的商标、文字不出现侵权行为（如出现侵权行为，由乙方自行承担负责）。

## 六、关于验收

- 1、甲方全部制作安装完工后\_\_\_\_天内，乙方必须组织正式验收，乙方在完工后\_\_\_\_天内不组织验收，甲方可视同乙方验收工程质量合格。
- 2、工程质量验收以确保安全牢固为依据，不可抗力除外。风险提示：

在承揽合同中，承揽人如必须与第三人合作才能按时交付工作成果，应当在合同中与定作人进行协商约定。在未经定作人同意的前提下，擅自将承揽的主要工作交由第三人完成的，定作人有权解除合同。

## 七、转包

- 1、未经乙方同意，甲方不得将工程转让给第三方，甲方未经乙方同意将主要工作交由第三人的，乙方有权解除合同。
- 2、甲方经乙方同意可以将其承揽的辅助工作交由第三人完成。甲方将其承揽的辅助工作交由第三人完成的，应当就该第三人完成的工作成果向乙方负责。

## 八、保修期限

- 1、自验收合格之日起，甲方制作的工程项目整体质保\_\_\_\_年。在保修期内发生的工程质量问题，均由甲方承担全部责任。甲方在接到乙方的保修通知时，应马上派工

人到达现场，会同提出维修方案按照乙方要求的时间组织维修。人为损毁甲方不负责保修。

2、保修期满后，双方另签维修协议进行维修。

## 九、违约责任

1、甲、乙双方不得单方面无故终止合同。否则按守约方实际损失进行赔偿。

2、甲方应按合同约定时间竣工。每逾期\_\_\_\_日，乙方有权向甲方主张总价款的\_\_\_\_\_%作为违约金。

3、在甲方履行合同的前提下，乙方应按合同支付款项。乙方在施工工程中要求更改原设计，必须及时通知甲方，甲方必须按乙方要求更改，导致逾期的，工期顺延。

## 一、其他

1、本合同自甲乙双方代表或其委托代理人签字并加盖公章后生效，至工程竣工结算后除有关保修条款仍生效外，其余条款即告终止；保修期满后有关保修条款终止。

2、本合同未尽事宜，甲、乙双方本着友好互谅的精神，协商解决，另行签订补充协议。

3、本协议一式\_\_\_\_份，双方各执\_\_\_\_份，具有同等法律效力。

## 广告设计协议合同 品牌平面广告设计合同篇五

平面设计工作是一个主观认定强的创意工作，大部分的平面设计师是通过不断的自我教育来做进修、提升设计能力。对于聘请平面设计师合同你还了解多少呢?以下是在本站小编为大家

大家整理的聘请平面设计师合同范文，感谢您的阅读。

甲方：

乙方：

签订日期： 年 月 日

## 一、 劳动合同双方当事人基本情况

第一条：甲方 法定代表人 注册地址 经营地址

## 二、 聘用岗位及职务

第三条：甲方因工作需要，且因乙方在其他单位存在劳动关系，故甲方聘用乙方为甲方计划外用工。乙方根据甲方任职要求，担任\_\_\_\_\_岗位(工种)工作。

第四条：甲方对于乙方实行兼职工作的方式。甲乙双方可以通过邮件、微信□qq□电话等方式联络工作事宜。

第五条：乙方在甲方聘用期内应按甲方规定履行规定的责任和义务。

第六条：乙方按规定需及时完成甲方给予的工作安排，无特殊原因不能超过协商好的任务单所安排的时间。如果没有经过商议，由于乙方的过错和拖延时间给甲方造成严重损失，甲方将依然拥有追究赔偿的权利。

## 三、 劳动合同期限：

第七条：本合同为\_\_\_\_\_期限劳动合同。本合同于 年 月 日生效，本合同于\_\_\_\_\_年 月 日终止。

## 四、 劳动报酬

第八条：甲方每月 日前以转账形式支付乙方工资，乙方每月工资为： 元，（大写： 元）。

## 五、保密规定

- 1、影响经营和发展的事项；
- 2、影响甲方技术进步的事项；
- 3、影响甲方经营活动的事项；
- 4、使甲方在商业竞争中处于被动或不利的项项；
- 5、使甲方直接或间接的经济利益受到损害的事项；
- 6、影响甲方对外交流和商业谈判顺利进行的事项；
- 7、影响甲方稳定和安全事项；
- 8、影响甲方对外承担保密义务的事项。

第十条：乙方在甲方任职期间，必须遵守甲方规定的任何书面的或非书面的保密规章、保密制度，履行与其工作岗位相应的保密责任。

第十一条：乙方承诺未经甲方同意，任职期间不得以泄露、告知、发布、出版、传授、转让或在其他任何方式使任何第三方（包括按照保密制度的规定不得知悉该项秘密的甲方其他职员）知悉本合同规定的秘密信息。

第十二条：乙方违反本合同规定的保密义务或侵犯甲方秘密信息的，甲方有权依法追究乙方的法律责任，包括经济赔偿责任、刑事责任等。由此产生的损失费、调查取证费用、仲裁费用、诉讼费、律师费等相关费用均由乙方承担。

## 六、利益冲突

第十三条：乙方承诺，在为甲方履行职务时，不得擅自使用任何属于他人的技术秘密或其他与商业秘密信息，亦不得擅自实施可能侵犯他人知识产权的行为。若乙方违反前述承诺而导致甲方遭受第三方的侵犯指控时，乙方应当承担甲方因此遭受的一切损失。

第十四条：未经甲方同意，乙方在甲方任职期间不得自营或在为他人经营生产与甲方同类的产品，从事同类的业务，不得在与甲方有竞争关系的单位担任任何职务。

第十五条：乙方不得利用甲方的资源谋取个人利益，包括自办与甲方业务类型和经营模式相似或存在竞争关系的单位。

## 七、劳动合同的变更、解除、终止、续订

第十七条：有下列情形之一的，甲乙双方应变更劳动合同办理变更手续：

1、甲乙双方协商一致的；

2、订立本合同时依据的客观情况发生重大变化，致使本合同无法履行的；

3、订立本合同时所依据的法律、法规、规章、政策发生变化的。

1、三次或三次以上未按照规定时间内完成甲方委托的工作事宜的；；

2、失职、过错或营私舞弊，给甲方造成损害的；

3、消极怠工，不服从甲方管理的；

- 4、不能胜任工作的；
- 5、故意侵害甲方或客户利益的；
- 6、存在违法违规行为或依法追究刑事责任的；

- 1、不能完成工作任务或劳动定额的；
- 2、工作中出现非故意的较大差错的。

(一) 乙方给甲方造成的经济损失或责任事故尚未处理完毕；

(二) 乙方不配合办理移交手续；

(三) 存在其他问题增在被审查期间。

第二十一条：甲乙双方解除、终止、续订劳动合同应当依照《中华人民共和国劳动合同法》和国家及当地政府有关规定及甲方规章制度、有关手册等之规定执行。

第二十三条：若乙方存在违法本合同约定的情形，甲方有权给予乙方经济扣发(可从乙方工资报酬中直接扣除)、解除合同、追究经济及法律责任等处罚。

第二十四条：本合同为完整的劳动合同，此前所有甲、乙双方口头或书面的协议、文件等都被本合同取代。

## 八、劳动争议处理及其它

第二十五条：双方因履行本合同发生争议，可以向甲方所在地的劳动争议仲裁委员会申请仲裁。对仲裁裁决不服的，可以向甲方所在地人民法院起诉。

第二十六条：本合同一式两份，甲乙双方各执一份。

甲方(公章): \_\_\_\_\_ 乙方(公章): \_\_\_\_\_

聘方: \_\_\_\_\_ (以下简称甲方)

受聘方: \_\_\_\_\_ (以下简称乙方)

### 第一条: 工作时间

甲方对于乙方实行兼职工作的方式。甲方乙方可以通过邮件□qq□电话等方式联络工作事宜。甲方确因客观因素及工作需要乙方到公司商议时,乙方可以按照每月\_\_\_\_\_次前来公司,特殊原因除外。

### 第二条: 工作流程及职责

### 第三条 协议期限

本协议有效期为\_\_\_\_\_年,自双方签订之日起至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止;契约期满时,双方希望继续维持契约关系时,则须另行订立新契约。

共2页,当前第1页12

## 广告设计协议合同 品牌平面广告设计合同篇六

受托方(乙方):

根据《^v^广告法》及《^v^合同法》及国家有关法律、法规的规定,甲、乙双方在平等、自愿、等价有偿、公平、诚实信用的基础上,经友好协商,就甲方委托乙方对\_\_湖畔名居(暂定名)项目进行广告设计服务等事宜,达成一致意见,特签订本合同,以资信守。

甲方委托乙方为其开发建设的\_\_湖畔名居(暂定名)项目进行

广告设计服务,负责该项目的广告策划、创意、平面设计等事宜。

1、本合同期限自\_\_\_\_年\_月\_\_日起至\_\_\_\_年\_月\_\_日止,共计\_\_个月。

2、本合同所约定合同期限届满前一个月前,经协商同意,双方可就续签合同具体条款进行协商,经协商一致,另行签订合同书。否则,合同期满,()本合同自行终止。

3、如甲方因销售周期调整、节假日、或本项目发生重大调整或出现停建、缓建等其它原因,甲方有权要求乙方暂时停止服务或解除合同。暂停服务的期间乙方一切工作暂停,甲方不需支付本期间服务费用,合同期限相应顺延。如甲方解除本合同,双方按已履行的期限及本合同约定的月费用结算,除此之外,甲方不再承担其他任何责任、赔偿等。以上情况,甲方须提前15日书面通知乙方。

第三条 广告设计合同服务内容

## 广告设计协议合同 品牌平面广告设计合同篇七

乙方: \_\_\_\_\_

第一条、服务内容

根据本合同约定:乙方负责项目准备期及项目实操期的广告策划、创意、设计,建议贵司根据各期间、各阶段乙方负责的广告策划、创意、设计工作内容。

1、推广策略拟定:

(1) 案名及slogan□

- (2) 全案推广策略建议书；
- (3) 阶段性推广策略建议书；
- (4) 公关活动提纲及宣传提纲。

## 2 vi系统建设：

(1) 标识、标准字、标准色、标准组合形式及延展、变异等设计；

□2 vi延展（手袋、名片、信封、信纸、传真等）。

## 3、售楼处、项目现场的平面设计方案：

- (1) 招牌、看板；
- (2) 指引系统；
- (3) 项目现场围挡。

## 4、广告设计（含创意、文案、设计）：

- (1) 楼书；
- (2) 户型单页；
- (3) 折页□dm□
- (4) 客户通讯；
- (5) 户外广告；
- (6) 报纸、杂志等平面媒体广告；

(7) 广播（电视）广告文字创意；

## 广告设计协议合同 品牌平面广告设计合同篇八

- 1、伸手摘星，即使徒劳无功，亦不致一手污泥。
- 2、不想犯错？只要不再去想好的创意点子就行了。
- 3、丧失谦逊，会危害我们的判断力；自以为是，可以让我们前进栽跟斗。
- 4、广告没有永恒的成功。
- 5、我相信，自我的满足就是每天感觉自己的薪水一分一毫都是自己流血流汗赚来的。
- 6、我从未见过，在任何真正伟大广告诞生的过程中，没有一点疑惑、没有堆满的字纸篓、没有殚精竭虑，没有对自我的恼怒和诅咒。
- 7、有趣却毫无销售力的广告，只是在原地踏步；但是有销售力却无趣的广告，却令人憎恶。
- 8、做生意的唯一目的，就在服务人群；而广告的唯一目的，就在对人们解释这项服务。
- 9、这家公司从不曾刻板而无趣。这是我们珍贵的资产，也是每天兢兢业业的原动力。
- 10、简单点吧！让我们挑最明显的特点-最共通的事物-把它做得非比寻常地好。
- 11、最可怕的未来，就是万一我们得了「肥脑症(Obesity theadism),两耳之间别无长物，只有肥油，足以致我们于死

地。

12、我们希望消费者说：「这真是个好产品」，而不是说：「这真是个好广告」。

13、企划广告时，就该想到如何销售。

14、即使不考虑道德因素，不诚实的广告也被证实无利可图。

15、如果你无法将自己当成消费者，那么你根本就不该进入广告这一行。

16、如果你在芝加哥做不出好广告，换到别的地方也无济于事。

17、有能力的创意人员，不会认为他的工作只是做一则或一套广告，他一定会下功夫去了解影响产品销售的其它因素。

18、在这个没人知道明天是什么样子的世界里，唯一能教人免于沮丧发狂的东西，就是朴实原始的作品。

19、对生活抱持全面性的好奇，仍是伟大创意人员成功的秘诀。

20、我们生活的真正目的，便是透过创意和点子，为客户塑造商誉并不断开创销售佳绩。

21、如果我们努力去寻找的话，总会有改进的空间，在某处等着我们。

22、我渐渐学到，为当时不受欢迎的想法或观念而战，永远是值回票价的，千万别屈服匆促而轻率的大众协议。

23、很明显的，公司不可能比员工成长得更好或更快。

- 24、广告是人与人沟通的行业。我们应永远力行这个原则。
- 25、我们制作销售产品的广告，但也请记住，广告负有广泛的社会责任。
- 26、如果你并不拥有十足的创造力，丰富的想像力，对万事万物也没有太多的好奇和疑问，那么，我劝你最好离广告这行远一点。
- 27、所谓的「拜大主义」，就是冰封固有操守而火热追求利润。
- 28、一个真正优秀的创意人员，对实事求是比能言善道更有兴趣，对感动人心比甜言蜜语更觉满足。
- 29、创意给人生命和生趣。
- 30、当一个人从骨子里深深了解什么是对的，并时时身体力行，他便能免于落入妥协的陷阱—没有人能收买或腐化他。
- 31、一个公司，如果员工都不敢开口说话，发出不同声音，或大胆表达创见，大概离关门不远了。
- 32、公司壮大的一半乐趣，我认为，是对「先贬后褒」毫不在意。
- 33、让我们继续以此闻名：「这家代理商，花了大部分时间在改进它的理念，而不是在辩解它的正确性」。
- 34、整体的解决方法始于单一个体的个别努力。
- 35、公司变大，有时候的确有说不出的苦处；但是，相信我，比起缩编或停滞，这种痛苦实在微不足道。
- 36、广告如此这般告诉人们：「如此产品，给你如此的好处，

到此处你就能找到它」。

37、广告代理商的作品是与温暖的，全然人性的，它触及人们的需求、欲望、梦想和希望；这样的作品，绝对无法在工厂生产线上完成。

38、我慢慢懂得，即使呆子也能写个烂广告；但是，要弄出点好东西，就真需要个天才。

39、好广告不只在传达讯息，它能以信心和希望，穿透大众心灵。

40、唯一有价值的创意会议是，参与的每个人都以相同的事实开始为讨论的基准，不论点子乍听之下有多狂野，也都有雅量相待，并表现出谦冲的尊重。

41、我逐渐体会到，没有好客户，就不会有好广告；没有好广告，也就留不住好客户。还有，没有任何一个客户，会买他自己都没兴趣，或是看不懂的广告。

42、如果事实支持你，而你也相信自己，在一路为创意而战的途中，绝少会败下阵来。

44、我们的行业，就是创意。创意在气味相投的气氛中，最能成长茁壮。

45、与公司门面及财务状况相较，我们应该更关心公司的灵魂——那就是我们的价值观，热情与操守。

46、在物色创意人选时，那些对生命近乎天真般好奇的人，总会让我产生高度兴趣。

47、在我看来，做广告最伟大的成就是使人信服；而没有任何东西比产品本身更能说服人。

48、占领市场必先占领消费者的心灵。

49、消费大众并不真正知道自己要什么。直到那些创意以商品方式呈现在他们的前面。如果他们能事先告诉你自己要什么，今天就不会有轮子、杠杆，甚或汽车、飞机和电视的出现。

50、没上过档的广告，做得再好，都永远无法创造销售。

51、太多广告努力不要超越人们的智商，结果落得无人闻问。

52、我发觉，写一则谈好广告的演讲稿，远比创造一个好广告来得容易。

53、在企划的过程里，我喜欢在伟大创意未知国度边缘冒险的感觉；但只要懂得利用事实为器，我们就有机会攻城掠地。

54、我认为，在人类历史中，只有一个人是不可或缺的，他就是亚当。

55、我喜欢我们的公司看起来像一家光着脚丫的代理商，心中一直努力「穿别人的鞋子」，设身处地为他人着想——是一个辛勤工作的农场，而不是休闲观光的农舍。

56、我们业务量的成长来自现有客户的成长多于新客户的增加。

57、伟大的创意或平面广告，总是出其不意地单纯，触动人心而不凿斧痕。

58、我相信广告最大的危险之一，不在误导群众，而是让他们觉得要命地无聊。

59、广告中原创的诀窍，不在制造新奇花俏的图像文字，而是组合那些熟悉的文字与图片，产生全新的趣味。

60、在我们这个行业，当你开始关心数钞票，胜于做好广告及服务客户时，很快的，你就会发现没有多少钞票可数。

61、即流的最好方法，就是善于利用时间，它直接影响我们实际的费用与利润。

62、我始终抱持着一个态度：没有「问题客户」，只有客户的重大问题。陷溺问题的挣扎，永远比寻求解决之道浪费时间且消耗精力。

63、与人相处共事，我学到一件非常简单的事实：「没有人故意犯错」这个体认让我们集中心力寻求补救之道，而不让犯错的人感觉生不如死。如果这个人是块料，他的内疚会是最令他难过的谴责。

64、伟大的创意造就伟大的广告公司，而伟大的广告公司依然以伟大的广告为目标。

65、要单纯，要使人记忆深刻，要让人乐于注意、看得有趣。

66、有乐趣的环境能滋养创意，没有人工作只是为了好玩，但并不意味工作不能变得有趣。

67、像我们这样规模的公司，很明显地，作业必须精密地分工，但这并不意味着我们必须「本位化」。

68、就我所见，最大的问题就是要如何避免自己行径妄自尊大。

69、「伸手摘星」可能听起来有些天真，但却是我一个热情信念；也许这个世界真该多一点这样的浪漫。

70、我想正是伸手摘星的精神，让我们很多人长时间地工作奋战。不论到哪，让作品充分表现这个精神，并且驱使我们

放弃佳作，只求杰作。

71、我一直觉得广告是可能让人兴奋的，并且乐在其中，觉得深具价值、意义而可敬。同时广告也是必须深思熟虑，全力以赴的行业。

72、认为大众可以被愚弄、牵着鼻子走的人，就是低估社会大众；当然，他在广告圈也不会有什么大成就。

73、我倾听每个人讲话并一一记录，特别是对业务人员。因为，他们一直最接近人群。

74、我们组织机构的运作，不应该将那些「异议分子」及不依常规的非我族类排拒在外。

75、一个放诸四海皆准的事实-必须先做成朋友，对方才会听你的忠告。

76、如果你要写废话，也要写得像样，不要写得低俗。

77、文字，是我们这行业的利器。文字在意念的表达中，注入热情和灵魂。

78、坚持不让权宜之计取代原则，不让浮夸掩盖事实。

79、一个具有销售力的创意，基本上从未改变过，必须有吸引力与相关性。但是，在广告噪音喧嚣的今天，如果你不能引人注目并获得信任，依然一事无成。

80、高雅的品味，崇高的道德标准，向社会大众负责及不施压力威胁的态度-这些事让你终有所获。

81、我唯一的警告是，公司的成长绝不能以正直为代价；我认为，正直是这家广告代理商的灵魂与前进的动力。

- 82、我学到去实践我所谓的-「建设性的不满足」。
- 83、我认为一个伟大的广告，是世上最美的事物。
- 84、一个真正的创意，拥有它自己的力量与生命。
- 85、坚持我们誓守的唯一真理-神圣的个人操守。
- 86、尽忠职守，勤奋工作，并且热爱、荣耀、相信自己的直觉。
- 87、我所享有的任何成就，完全归因于对客户与工作的高度责任感，不惜付出自我而成就完美的热情，以及绝不容忍马虎的想法，草率粗心的工作，与差强人意的作品。
- 88、好广告会是图片与文字的快乐联姻，而不是他们之间的竞赛。
- 89、我深信卓越的创意作品，永远是一个成功代理商前进巨轮的中轴-过去是，现在是，未来亦如是。
- 90、我寻找了解并熟谙如何做好广告的撰文与艺术指导人员，他们必须技艺娴熟，盖下的一砖一瓦皆有其旨趣。
- 91、在演出的舞台上，广告不是一出独角戏。它是以行销领袖下各项活动集体演出中的一员。而且广告必须与其它活动和谐一致，方能有好的演出效果。

[广告设计名言]

## 广告设计协议合同 品牌平面广告设计合同篇九

聘 方：\_\_\_\_\_ (以下简称甲方)

受聘方：\_\_\_\_\_ (以下简称乙方)

## 第一条：工作时间

甲方对于乙方实行兼职工作的方式。甲方乙方可以通过邮件□qq□电话等方式联络工作事宜。甲方确因客观因素及工作需要乙方到公司商议时，乙方可以按照每月\_\_\_\_\_次前来公司，特殊原因除外。

## 第二条： 工作流程及职责

## 第三条 协议期限

本协议有效期为\_\_\_\_\_年，自双方签订之日起至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止；契约期满时，双方希望继续维持契约关系时，则须另行订立新契约。

## 第四条 违约责任

(一) 要求乙方按时完成任务。如果没有经过商议，由于乙方的过错和拖延时间给甲方造成严重损失，甲方将依然拥有追究赔偿的权利。

(三) 甲方不认可乙方制作的平面设计方案，乙方积极配合却多次还得不到设计认可的情况下，甲方可以提出终止合同。

## 第五条 劳动报酬和福利待遇

工资结算方式： 每月结算\_\_\_\_\_元/月

工资结算日期： 每个月的\_\_\_\_\_日

## 第六条 合同生效、中止与结束

(三) 本合同以乙方向甲方提供本合同中规定的全部设计文件、

甲方按本合同规定付清全部设计费之日起，结束本合同关系，本合同另有条款约定的除外。

## 第七条 合同纠纷解决方式

本合同在执行过程中发生纠纷，双方协商不成时，采取下列方式解决：

一、 向消费者委员会申请调解；

二、 向有管辖权的工商行政管理局经济合同仲裁委员会申请仲裁；

三、 向有管辖权的人民法院起诉；

四、 其它解决方式：\_\_\_\_\_。

甲方(公章)：\_\_\_\_\_乙方(公章)：\_\_\_\_\_