# 产品推广合作协议(3篇)

来源：网络 作者：落花无言 更新时间：2024-08-05

*人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。产品推广合作协...*

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

**产品推广合作协议篇一**

为规范甲、乙双方合作的运作流程，进一步明确甲、乙双方合作当事人的权利及义务，甲、乙双方就甲方委托乙方代为销售 服装事宜，本着平等自愿、诚实守信、合法共赢、友好协商的原则，达成如下协议：

甲方向乙方提供各类款式的 服装，由乙方代为在乙方的电子商务网络平台（即网络店铺）上进行销售。甲方根据乙方的销售进展和发货指令进行发货，甲乙双方根据服装实际销售情况定期进行结算。

1、本合同签订后，甲方应立即向乙方提供产品报价单（包括产品款号、图样、规格及产品价格），双方应结合产品生产成本及同类产品网络销售价格，商定“产品结算价”和“网络店铺销售价”。其中产品结算价即为甲乙双方之间进行货款结算的依据；网络店铺销售价仅则作为乙方进行网店销售的定价参考价格。

2、以上报价单经甲乙双方协商一致后，由双方签章盖章予以确认，作为本合同不可分割的附件。

3、甲、乙双方须共同遵守商议价格，任何一方不得擅自调整价格。

如同类产品出现市场价格波动或产品销售情况出现异常，双方可协商调整产品价格，价格调整双方应以书面形式进行确认。

4、为促销需要，乙方有权在双方确认的网络店铺销售价基础上进行打折销售，但不得影响甲乙双方约定的“产品结算价”。乙方仍应按照产品结算价”，根据产品实际销售量向甲方支付货款。

5、具体结算方式：

乙方根据销售额每半月和甲方进行结算，每月结算两次，结算时甲方应提供详细发货清单，供乙方核对，双方应按照双方商定的“产品结算价”和实际销售量进行对账，对账一致后，甲方应开具相应金额的增值税发票，乙方在收到符合要求的发票后，三个工作日内向甲方支付货款。

1、甲方应根据乙方的要求和指令，按时发货，不得延误，否则甲方须按该单产品的网络店铺销售价向乙方进行赔偿。

2、甲方保证委托乙方销售的产品符合以下质量条款： （具体质量标准由双方根据服装类型具体约定）

3、因网络销售的特殊性，如销售过程中，发生任何原因的客户退换货，责任与后果均由甲方进行承担，包括但不限于：

3.1如发生客户调换货，甲方应按照乙方指令协助调换，并承担因调换货而发生的运费。

3.2如发生客户退货，甲方应按照乙方指令接受退货，并在收到退货的三个工作日内，返还乙方已付的货款，否则乙方有权随时在后续货款中予以扣除。

4、甲方须对合作过程中获知的乙方商业机密保密（提成方案、产品价格、产品渠道等），不得泄密。

1、乙方须对合作过程中获知的甲方商业机密保密（提成方案、产品价格、产品渠道等），不得泄密。

2、乙方应按照本合同第二款第五条的约定，及时向乙方支付货款。

1.因不可抗拒力因素（战争、自然灾害等）致使甲、乙双方任何一方不能履行本协议时，免责。

2. 因甲方公司突发状况（公司解散、破产等），严重影响经营，甲、乙双方可单方解除本协议。

3. 甲、乙双方协商一致，可以解除本协议，无需承担违约责任。

本合同执行过程中，如有任何争议，甲乙双方应当友好协商解决，若双方对争议协商不成的，任意一方均可向乙方住所地人民法院提起诉讼。本合同的终止、撤消、无效不影响此款约定的效力。

1、本合同如有任何未尽事宜，双方可另行协商并签订补充协议，合同附件和补充协议作为本合同不可分割的部分，与本合同具有同等法律效力。

2、本合同自甲乙双方签字盖章之日起立即生效。

3、本合同一式两份，双方当事人各执一份，具有同等法律效力。

甲 方： （印 章） 乙 方： （印 章） 日 期 : 日 期 :

**产品推广合作协议篇二**

客户：(甲方)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

代理公司：(乙方)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

根据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国广告法》及有关规定，经甲方对乙方的专业实力、服务态度、人员素质等诸多方面的考察，对乙方予以充分肯定;同时乙方亦对甲方产品及企业进行分析，认为此产品具有一定的市场潜力。卓越形象本着“我们和您一起销售”的理念，以“建立互惠互利的战略伙伴”为合作目标，甲乙双方经协商一致，特订立本合同。

双方确认：乙方担任甲方年月日至年月日品牌管理公司。

一、乙方将向甲方提供下列品牌及其它的行销传播推广咨询服务，按双方商定的时限完成：

1、品牌管理推广服务。详细服务内容见附件。

⑴品牌建构期

①品牌企划

②品牌策略

③品牌创意及表现

⑵品牌推广期

①品牌市调

②品牌整合传播实施

2、品牌传播及相关广告的服务

⑴品牌识别系统的建立与应用推广物料(品牌传播所需的各种样册、标签、包装或各类平面及立体辅助销售制作物)的设计。

⑵提供整合行销传播(年度及新产品上市)的广告、促销、公关等活动方面的策划和创意及实施。

⑶各种媒体计划的分析拟定、媒介咨询和投放建议。

⑷品牌传播效果评估。

⑸提供营销策略与品牌管理技术的咨询及支持服务。

3、日常书面作业

⑴会议记录

⑵竞争动态季报及年报

⑶固定作业会议

二、收费标准

合作服务费用采用如下形式：

1、品牌管理推广服务费

双方以月费形式合作，甲方每月支付人民币万元。

月费基本构成如下：

①品牌策略、广告策略、促销及公关活动策略的策划费

②广告的创意及设计等费用

③创作用图库、光碟的购买(除特殊图片需租片除外)

④电脑制作过程的打印费等

⑤乙方品牌服务小组的运作成本

⑥乙方品牌服务小组其他日常开支

⑦媒体计划的分析拟定、媒介咨询和投放建议费用

2、其他服务费

⑴制作费：

①印刷制作类，包括单张、折页、海报、横幅、彩旗、展板等交第三方制作项目，由甲方直接与制作方结算，如需签订三方合同由乙方监控其制作则在制作方报价的基础上加收20%(包括：10%监控费、10%管理费)。

②影视广告制作由乙方推荐制作单位，经甲方同意报价后可签订三方合同，由乙方监控拍摄过程和创意执行，制作费用由甲方直接向制作单位结算(乙方则在制作方报价的基础上加收10%的监控费和10%管理费)。⑵媒介代理费用

甲方的媒介代理执行工作，在同等价格的条件下，乙方享有优先代理权，并免收取甲方代理费。若甲方具有价格优势，依甲方价格由乙方执行。

⑶其它费用①市场调查、产品摄影、模特、租片、喷绘制作、扫描、促销活动中的各类制作项目等第三方制作费用，由甲方直接与第三方结算;若需经由乙方过账并出具发票，则乙方需在第三方制作费用基础上加收15%管理费(包括：8%营业税、2%管理费和文化建设费、5%利润)。

②甲方确认的市调项目以及媒介相关资料(如媒介投放监测报告、收视率资料等)的购买，所发生的费用由甲方直接向第三方支付。

③甲方要求乙方人员出差，差旅费用由甲方承担。具体操作：甲方以书面形式通知乙方须人员出差，并注明所须人数及到达日期，乙方根据要求安排人员。乙方人员出差之交通费(包括机票、火车票、长途汽车票、市内交通费等)由甲方预支，差旅结束后10天内，实报实销，住宿费、伙食费标准按甲方提供的标准向甲方报销。

三、付款

1、为了便于乙方尽快全面开展相关工作，本合同签字确定后，甲方即支付前三个月品牌建构期月服务费，计人民币元;建构期结束后，每月底支付下月的月度服务费用，按人民币元/月收取。

2、请款作业乙方一律开具正规发票，并附请款细目，在每月25日前送达甲方，甲方应于收到之日起五日内支付下月的月度服务费用。

3、其他在合同执行过程中发生的不属于月服务费范畴的费用按月结算。

四、赔偿

1、乙方为甲方策划、创意、设计、制作的广告及有关活动，经甲方书面确认后方可实施，未经甲方确认而实施的行为由乙方承担责任，并赔偿甲方因此受到的一切损失，经甲方确认后实施的活动，若甲方提出变更或终止，所产生的损失由甲方负责。若乙方或乙方委托之第三方未依甲方确认的内容执行，则由乙方负担责任，并对甲方进行补救及补偿。

2、甲乙双方在履行本合同中，都必须遵守《中华人民共和国广告法》及其他有关规定，甲方不得要求乙方在为甲方提供服务时做出违反法律和规定的行为。如甲方有上述行为，乙方有义务依据有关法规向甲方提出必要建议，并可拒绝执行。

3、乙方对于其发想的创作概念(意念、文本及图像)，尤其是广告作品必须保证没有侵犯他人的合法权益，并符合国家法律规定。如因此而产生的纠纷由乙方承担责任，并赔偿甲方因此而受到的损失。

五、保密

由甲方或代表甲方之人提供给乙方并向乙方明示应加以保守机密之资料及技术等信息，乙方将遵守下列规定，如有违反致甲方受到损害，甲方有权要求乙方赔偿。

1、除非乙方认为有充分理由及执行本商品之广告所需并获得甲方书面同意外，不得对任何第三方泄露前述资料及技术等信息。

2、双方合约终止时，应即将前述资料及技术等信息归还甲方并从合约终止日起一年内，未经甲方书面许可，乙方不得以任何方式将该信息向第三方泄露，也不能利用该信息进行任何商业活动。

六、使用权

1、由乙方发想的创作概念(意念、文本及图像)所有权归乙方，只要甲方能根据事先认可的估价单支付费用后，甲方可独家、无限制及无限界地拥有创作概念的使用权。

2、由乙方为甲方聘请之第三者，例如摄影师、模特儿、歌手，甲方在支付完事前约定的费用后，可拥有对其在区域空间或时间上的使用权。

七、合同有效期

本合同任何一方解除合同，应提前60天书面通知对方。

八、违约责任

本合同接受中华人民共和国法律的制约，在合同有效期内，任一方违反约定则视为违约，应承担以下违约责任;

1、停止违约行为

2、经对方要求继续履行合同

3、赔偿对方因此而受到的全部直接及间接损失。

九、终止

经双方协商同意可终止本合同，任何一方严重违反合同规定，另一方认为无履行合同之必要时，可单方终止本合同。乙方将于终止期限内收取所有电台及电视广告费用，如终止期后之刊物广告之载稿期限乃在此期间内，有关刊物广告费用乙方亦同时收取。当合同终止及有关帐目付清后，乙方将交回甲方所有创作物料，包括初稿设计、画稿、制版、录像/录音带、软片等，而乙方亦会将所有当时之媒介合约移交新广告代理商。

十、本合同在履行中发生纠纷，双方应协商解决，协商不成，任一方提起诉讼。

十一、本合同未尽事宜，双方应协商解决，并另行签定合同。

十二、本合同连同附件一式肆份，甲方两份，乙方两份。具有同等法律效力。

十二、本合同经双方签字盖章后，于年月日起生效。

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

代表签字：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_代表签字：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**产品推广合作协议篇三**

甲方(项目方)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方(客户推荐方)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲乙双方本着平等自愿、互惠互利原则，就结成长期业务合作关系，经友好协商达成以下协议：

一、合作内容

乙方根据甲方的需求，为甲方进行业务和项目宣传，并寻找和推荐合适的客户。

二、合作条件

1.乙方向甲方推荐的客户成功与之签约，即视为推荐成功。

2.成功推荐客户后，该客户与甲方所签约的合同的总金额的 %作为乙方的服务费。(也可固定一个相应金额的服务费)

三、付款方式

1.自甲方首次收到客户服务费的第二个月开始支付，每月结算一次，每月 日前支付。

2.乙方应出具相应的收款凭证。

四、双方权利义务

1.乙方负责向甲方推荐合适的客户或项目。

2.乙方协助和促成甲方与客户签约。

3.乙方向甲方推荐的客户与甲方直接签约，乙方不负有任何责任。

4.乙方的推荐行为不视为乙方对甲方或者对该项目作出任何形式的担保。

5.乙方的宣传推广和推荐客户应遵循相关的法律法规，不应未经甲方书面同意作出甲方授权之外的承诺。

五、违约责任

1.合作双方在业务实施过程中，如因一方原因造成客户方商业信誉或客户关系受到损害的，另一方可立即单方面解除合作关系。同时，已经实现尚未结束的业务中应该支付的相关费用，受损方可不再支付，致损方则还应继续履行支付义务。

2.双方在分配利润时，如任何一方对利润分配的基数、方式有异议的，可聘请会计师事务所进行审计。

六、补充变更

本协议在执行过程中，双方认为需要补充、变更的，可订立补充协议。补充协议具有同等法律效力。补充协议与本协议不一致的，以补充协议为准。

七、协议终止

1.甲乙任何一方如提前终止协议，需提前一个月通知另一方。

2.本协议期满时，双方应优先考虑与对方续约合作。

八、其他

1.如发生争议，双方应积极协商解决，协商不成的，任何一方可向有管辖权的法院提起诉讼。

2.本协议经双方盖章后生效。本协议一式两份，甲乙双方各执一份，具有同等法律效力。

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

授权代表签字：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 授权代表签字：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

年 月 日

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找