

广告营销策划服务合同

委托方（甲方）：威海城投置业有限公司

受托方（乙方）：威海壹贰品牌设计有限公司

签订日期： 2026 年 7 月 21 日

委托方：威海城投置业有限公司（以下简称甲方）

受托方：威海壹贰品牌设计有限公司（以下简称乙方）

根据《中华人民共和国民法典》及国家有关法律、法规的规定，甲、乙双方本着“平等友好、精诚合作”的原则，在平等、自愿的基础上，经友好协商，就甲方委托乙方进行城投·听海林居广告营销策划工作，签订本合同。

第一条 委托内容

乙方为甲方城投·听海林居项目提供广告宣传推广服务，具体服务内容详见本合同附件：《服务具体内容》。

第二条 合同期限

2.1 本合同服务期限从自 2026 年 7 月 21 日起至 2027 年 7 月 20 日止，一年。

2.2 合同的生效时间与合同的服务期限不一致的，双方权利义务的约定，以合同服务期限为准。

2.4 除非双方在履行合同过程中对服务期限另行约定，否则服务期限不因任何法定事由或者客观情况而延长或者缩短。

第三条 计费标准及支付方式

3.1 计费标准

3.1.1 本合同含税总价为¥ 240000 元（人民币大写：贰拾肆万元 元整）。即每月服务费为¥ 20000 元（人民币大写：贰万元 元整）。乙方应提供 1 %的增值税专用发票。

3.1.2 其他约定：

3.1.2.1 本合同生效后，如因国家税务政策变化导致税率出现变化的，甲乙双方同意以本合同的不含税固定总价保持不变，乙方发票开具以实际交易发生的增值税税率为准。除因国家税务政策变化导致税率变化外，若因乙方自身原因导致税率发生变化，乙方应提前 10 个工作日书面通知甲方，并确保本合同不含

税固定总价保持不变，乙方发票开具以实际交易发生的增值税税率为准，由此产生的一切法律风险和经济责任由乙方自行承担。

3.1.2.2 经协商，每季度服务费中的 20%即 12000 元作为考核费用，双方每季度根据乙方工作各项目完成度考核分和广告公司设计出街内容及制定销售政策对项目销售的促进效果考核，结算服务费用，甲方应扣的考核费用自应付乙方的服务费用中直接扣除，当季度不足扣除的，顺延至以下个季度度扣除。

3.2 支付方式:

乙方每个季度服务费为 60000 元/季度（大写：陆万 元整/季度）（其中 20%为考核费用），每季度乙方完成当季度所有工作并提交工作成果经甲方确认考核后，由甲方根据本合同第四条确定考核费用的金额，乙方根据甲方核定的金额提交等额合法有效的发票，甲方在收到后 15 个工作日内，向乙方支付上个季度的服务费。

3.3 乙方向甲方提供的发票类型为第 1 种： 1. 增值税专用发票 2. 增值税普通发票。

3.4 甲方不接受乙方委托收款，乙方单位名称与银行账户名称应一致。乙方收款账户信息如下：

账户名：威海壹贰品牌设计有限公司

开户行：威海市商业银行股份有限公司振兴支行

账号：817850001421013557

增值税纳税人资格认定：

纳税人识别号：91371002MA7FNRUQ6N

3.5 乙方应根据甲方如下信息开具发票：

账户名：威海城投置业有限公司

税号：9137100009448907XN

地址：山东省威海市环翠区竹岛办事处青岛北路 158 号 6、7 层

电话：0631-5197015

开户行：威海银行顺通支行

帐号：88400201030000000003

3.6 有关与第三方合作所产生的费用：均由甲方承担，但该项合作需提前经甲方同意或由甲方进行委托。甲方委托乙方与第三方合作而代为结算的费用，甲方需承担乙方的税金。例如：户型图的效果渲染；如需乙方协助制作平面设计稿、打样或运送，所产生的费用由甲方自行与相应的第三方结算；电视、电台广告制作和发布费由甲方自行支付，等等。

3.7 在本合同期间，乙方工作人员根据委托事项的需要（含现场会议）往返于甲方和乙方之间所发生的差旅费、餐费、住宿费等（合称差旅费）包含在服务费内。

第四条 考核管理方法

4.1 考核办法：双方约定每个项目以季度服务费的 20%进行考核，考核分为两部分，第一部分为工作完成评分制考核（占比 5%）；第二部分为广告公司设计出街内容及制定销售政策对项目销售的促进效果考核（占比 15%）。具体要求如下：

4.1.1 工作完成评分制考核

4.1.1.1 乙方每季度工作评估表总分为 100 分，由工作态度（10%）、平面表现（40%）、稿件质量（20%）、推广策略（20%）、加分项目（5%）、其他（5%）等方面构成。具体考核指标权重见附表三。

4.1.1.2 双方确定每个季度最后一个月进行考核，评分时间为每个季度最后一个月的 25 日-30 日。

4.1.1.3 考核流程：每个季度最后一个月 25 日前，由甲方策划负责人对当季度乙方工作完成情况进行考评打分，由甲方销售经理对广告公司设计出街内容及制定销售政策对项目销售的促进效果进行考核。乙方代表于该月 30 日前对

考核结果进行签字确认，有异议的应当在收到考核结果三日内书面提出。乙方代表签字确认视为乙方确认；乙方代表于该月 30 日前既未提出异议，也未签字的，视为乙方认可该考核结果。

4.1.1.4 评分结果与服务费关系：

4.1.1.4.1 双方同意，每个季度服务费的 10%作为评分制考核费用。

4.1.1.4.2 乙方评分制考核所得平均分数超过 90 分（含 90 分）的，全额支付评分制考核费用；若乙方当月所得平均分数在 60-90 分（含 60 分不含 90 分）之间的，则按照考核结果分值的百分比乘以考核费用支付评分制考核服务费。若乙方当月所得分平均数低于 60 分（不含 60 分）的，则扣除全部评分制考核服务费。

4.2 如连续三个月月度考核打分为 80 分以下，有权解除合同，另行选定其他广告策划公司。

第五条 合作方式

5.1 工作方式：甲方提供具体工作思路，由乙方成立专业服务小组（不少于三人）进行具体创作执行。

5.2 工作周期：具体广告服务项目的工作周期应由双方协商后确定，并作为本合同之附件，与本合同具有同等法律效力。

第六条 双方的权利和义务

6.1 甲方指定 刘扬（电话：17863096991）作为本项目的对接人员，负责与乙方沟通交流。

6.2 甲方权利

6.2.1 有权要求乙方成立相应的项目专案工作小组，名单作为合同附件，与合同约定内容具有同等效力。

6.2.2 有权审查乙方提交的广告策划工作提案。

6.2.3 甲方在各阶段整体策划方案确定后，有权根据市场变化，提出局部修

改完善意见的权利，但每次提出的修改意见不能违背已经确立的整体策划方案。

6.2.4 有权要求乙方按照双方确定的工作计划，按时、保质地完成各项工作。

6.2.5 有权要求乙方提交内容详实、可行的广告工作成果。

6.2.6 甲方有权拒绝刊登乙方代理或策划的与现行法律、法规或与甲方管理规定相抵触的广告；如乙方拒不修改的，甲方有权终止本合同。若因此违反法律规定需要承担责任的，由乙方自行承担责任；若由此给甲方造成损失的，乙方赔偿甲方全部损失。

6.3 乙方指定 李卓妮（电话：13406703829）作为本项目的负责人，负责与甲方沟通交流。

6.4 甲方义务

6.4.1 按照合同约定时间向乙方支付服务费。

6.4.2 配合乙方工作，及时提供乙方所需的当地市场情况、意向客户统计资料、建筑图纸、效果图及服务项目的相关资料，并保证资料的合法性。

6.4.3 为保证工作品质，甲方需要给予乙方合理的工作时间。

6.4.4 对乙方提交的各类提案、文案、设计方案、计划书、审稿单等给予及时的答复，通常情况下不超过 2 个工作日，如内容较多或复杂，则以双方商定的时间为准，但原则上不超过 5 个工作日。逾期未答复的，视为同意，并承担因甲方不能及时下达指令而引起的工作延误。

6.4.5 甲方应当提供其在签约前拥有的项目整体信息、资料给乙方，以使乙方服务更加精准；在本合同履行过程中，甲方新获得、编制的项目相关材料，应当及时以口头或者书面形式披露给乙方。

6.4.6 如甲方未能在规定时间内提供乙方所需要的有关基础资料，或未在规定时间内对乙方提交的策划方案提出明确修改意见，由此造成工作时间延误之责任由甲方承担。

6.4.7 甲方有权自行决定制作商及供应商，如媒体、印刷公司、制作公司等。

需要乙方代理的，双方另行协商办理。

6.4.8 甲方有权要求乙方现场驻派人员，并对现场驻派人员的使用有建议权，乙方须配合执行。

6.5 乙方权利

6.5.1 有权要求甲方按照合同约定时间支付策划服务费。

6.5.2 有权要求甲方及时、真实、合法地提供项目相关图片、数据等资料。

6.5.3 执行本合同项下内容而向甲方请示的，如甲方未在本合同约定的时间及时答复的，乙方在不损害甲方利益的情况下可直接执行。

6.5.4 有权在工作成果上非显要位置署名，并有权使用创作作品参与公益、专业、行业或媒介组织的竞赛评比活动及各种展览活动。

6.5.5 有权在甲方的委托项目中注明由乙方策划或提供支持等字样或标识。

6.5.6 乙方在履行本合同时根据宣传策划工作的实际需要可以使用甲方的名称、商标、域名、企业标识等，但应尊重和维护甲方的保密权和所有权。

6.5.7 为确保质量，维护专业形象，因甲方自身原因引起的工作延误，乙方有权相应的顺延完成任务。如有紧急情况与重大事件的加急任务，须经双方协商解决并合理安排工作时间与工作量。

6.5.8 甲方要求乙方在提供服务时做出违反法律、法规的行为时，乙方有权拒绝执行。

6.6 乙方义务

6.6.1 乙方在履行本合同时，必须遵守《中华人民共和国广告法》其他有关法律规定。

6.6.2 成立相应的项目专案工作组。

6.6.3 非经甲方书面同意，乙方不得将本合同中的全部或部分工作委托他人。对于甲方同意转委托的，乙方承担连带责任。

6.6.4 乙方对甲方发出的工作指令须在 2 个工作日内做出回复，若没有回复

视为默认接收工作指令。

6.6.5 执行本项目应尽职尽责，完成约定的服务内容，未经甲方书面同意，不得用于其他商业活动或行为。

6.6.6 乙方应严格遵守和执行双方约定的作业流程和服务操作、质量标准 and 时限要求，做好服务工作和质量检查，以及按甲方审查意见作出整改，杜绝工作差错，并接受甲方的业务监督检查。

6.6.7 乙方向甲方提交的工作成果，需提供电子文档。

6.6.8 乙方应信守职业道德规范和国家有关法律法规，对在开展广告代理活动中知悉甲方的有关情况、资料、商业秘密等负有保密义务。否则，若因此引起法律纠纷的，与此相关的一切责任均由乙方自行负责。

6.6.9 乙方应对时事新闻及时发现，并结合本项目应用于广告推广。

6.6.10 乙方应每周安排专业摄影人员到项目及项目周边采集项目相关视频及照片素材。在项目重要活动节点及宣传节点时，在甲方要求下，乙方相应增加拍摄次数。

第七条 知识产权及人身权约定

7.1 乙方策划完成的工作成果，自交付甲方之日起，由甲方享有著作权。乙方未经甲方同意，不得将本合同项下的任何工作成果用于本合同约定外的事项。

7.2 乙方为甲方策划稿件、广告、宣传物涉及到的出版、发布、制作、展览等事宜，所选用的文字、稿件、图片等涉及著作权、名誉权、肖像权等，乙方应当自相关权利人处合法取得使用许可。

7.3 乙方保证为本合同所完成的创意概念、广告、文案、活动等工作成果不违反国家有关的法律、且不侵犯任何第三方合法权益，否则，由乙方负责处理相关的法律纠纷并承担全部法律责任。若由此给甲方造成损失的，乙方应当赔偿甲方全部损失。

第八条 违约责任

8.1 本合同签署生效后，双方均应履行本合同的全部条款，对本合同任何条款、内容之修改、变更和补充，须由甲方与乙方双方共同订立书面协议方生效。

8.2 如乙方出现如下任一情形的，乙方应向甲方支付合同总金额的 20%作为惩罚性违约金，并且需承担甲方相应损失：

8.2.1 乙方提交的工作成果违反国家法律法规规定导致甲方被政府相关部门处罚，或侵犯第三人合法权益的（甲方明确要求的除外）；

8.2.2 因乙方未按合同约定履行政府审批手续等乙方原因，导致甲方受到政府处罚；

8.2.3 乙方将甲方资料（包括但不限于推广计划、经营信息、业务文件、图纸、数据、软件、有关客户信息）泄露给第三方的；

8.2.4 未经甲方同意，将本合同广告服务项目外包或转包的；

8.2.5 本合同约定甲方有权单方解除合同的其他情形。

8.3 如乙方提交的增值税专用发票不符合政策法规要求或本合同约定，或不能通过税务部门认证，甲方有权拒收或于发现问题后退回。乙方应重新开具发票或采取其他补救措施。

8.4 乙方须在双方确认的时间内完成服务工作并向甲方提交工作成果，如发生延误的，则每延迟一天，乙方应按合同总金额的千分之一向甲方支付违约金；延迟时间超过 30 天的，甲方有权解除本合同。

8.5 任一方违约导致诉讼的，承担守约方为实现权利所产生的所有费用（包括但不限于诉讼费、律师代理费、公证费用、保全费用等）。

8.6 如发生争议，甲、乙双方应友好协商解决，协商不成的，将争议提交甲方所在地人民法院诉讼解决。

8.7 发生以下情形之一，本合同解除：

8.7.1 甲乙双方协商一致解除合同。

8.7.2 一方违反合同，以致另一方订立合同的目的无法实现。

8.7.3 一方在约定期限内未履行合同约定义务，经另一方催促后，在允许的合理期限内仍未履行的。

8.7.4 乙方擅自将本合同项下义务转委托第三方承担的，甲方有权解除本合同，要求乙方退还全部甲方已付款项，并要求乙方按照年度约定服务费金额的10%向甲方支付惩罚性违约金。

8.7.5 乙方违反本合同约定的保密义务的，甲方有权解除本合同，要求乙方退还全部甲方已付款项，并要求乙方按照年度约定服务费金额的10%向甲方支付惩罚性违约金，给甲方造成损失的，乙方还应全额赔偿。

8.7.6 乙方提交的策划方案甲方完全不予认同或完全不予采用，经甲方提出修改意见后3日内进行修改，仍不能满足甲方要求的，甲方有权解除本合同。

8.7.7 乙方未按合同约定实施广告营销策划服务工作或违反第七条约定，致甲方产生重大损失的，甲方有权单方面解除合同，乙方应当按照甲方损失的1倍予以赔偿。

8.7.8 本合同约定的其他情形

8.8 如本合同期满，经双方协商，同意续签的，双方应另行签署书面合同；如服务期未满，因甲方对服务质量不满意，甲方有权随时终止合作。

第九条 保密守则

9.1 乙方对于为履行本合同约定义务所获知的甲方的一切信息、资料及乙方提供的创意、设计等工作成果，均应承担保密责任。未经甲方事先书面同意，乙方不得向与履行本合同无关的任何第三方披露甲方的信息资料，且乙方不得向任何第三方提供类似和雷同与本项目的创意、设计。

9.2 乙方只能向为履行本合同约定义务需要知悉相关信息资料的单位和个人进行披露，同时乙方应告知获得此信息资料的各方予以保密应采取相应的保密手段。

9.3 乙方违反前述保密义务致使甲方遭受损失的，乙方应承担赔偿责任。

第十条附则

10.1 甲乙双方在本合同所留地址为有效通讯送达地址同时作为司法送达确认的地址，任一方变更应书面通知另一方，否则视为未变更。任何一方根据本合同发往另一方的通知或其他文件应当以书面方式。

10.2 甲乙双方及其工作人员均应保证通过正常途径开展业务，不出现向对方或对方工作人员给予回扣等商业贿赂行为。

10.3 附件为本合同的有效组成部分，甲乙双方必须按等同于本合同遵守履行。

10.4 本合同一式肆份，甲方执贰份，乙方执贰份，自双方签字盖章之日起生效。

附件：1. 《服务具体内容》

2. 《专项服务小组名单》

3. 广告公司季度评估表

甲方（盖章）：

法定代表人：

委托代理人：

电话：

地址：

签订日期：2026年7月21日

乙方（盖章）：

法定代表人：

委托代理人：

电话：

地址：

签订日期：2026年7月21日

附件 1

具体服务内容

一. 营销策略

营销策划推广策略，项目定位、竞品分析、客户分析、销售策略、推盘节奏、活动策划，推广策略、推广渠道推荐；销售策略规划、预算及资源分配。

二. 项目全程广告推广

（一）广告定位：项目形象定位

（二）主题形象推广：主题广告语、主题画面、项目核心传播概念

三. VI 应用设计

四. 项目全程宣传物料实施

售楼书、折页、海报、直邮、户型手册、客户通讯、价格单页、付款方式清单、认购书、置业计划表、入伙指南、手袋设计、销售人员工作牌、信封、信纸、名片、档案袋、CD 封面、纸杯、礼品（帽子、钥匙扣、雨伞、T 恤等）

五. 公众号/视频号推广

一. 项目节气微信单图设计（根据节点需求提供）

二. 项目公众账号图文日常推送等推广服务

三. 视频号日常推送视频制作剪辑等新媒体推广服务

六. 线上线下的广告表现

形象广告、促销广告、软文广告等平面及视频推广。

七. 现场布置设计

（一）销售现场包装设计

包括活动的现场包装形象设计、活动现场包装辅助品设计 舞台背景板（展场背景板）、氛围挂旗、汽球、条幅、礼品、太阳伞、欢迎标牌、导示牌

（二）营销中心包装设计

包括形象墙设计、实体展板、氛围挂旗、销售中心指示牌、销售中心欢迎标牌、销售中心室内功能牌（接待区、洽谈区、签约区、办公区等）、台面标牌（接待区、洽谈区、签约区、办公区等）

（三）现场样板房及示范单位包装设计

样板间通路氛围布置、样板间欢迎牌、户型标牌、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、画室等）、标牌（洁具、

橱具等)、警示标牌、温馨提示标牌等

(四) 户外广告的包装设计

围墙、现场路牌、导示牌、立柱挂旗、欢迎标牌、看楼通道、引导标识、条幅、看专车、车体广告、候车亭、路牌广告等

八. 售后服务推广应用设计

(一) 配合客户服务活动策划及执行配合

(二) 服务项目小区指示系统、警示系统设计、业主用品系统设计 (住所铭牌、住所入口地毡、便签、餐垫、杯垫、钥匙牌、垃圾筒、烟盅、小区交通指示牌、小区公共场所标牌、示意牌、遮阳伞、遮阳蓬等)

九. 视频制作和剪辑

推广视频的拍摄、制作剪辑 (每周至少一次)

附件 2

专项服务小组名单

整体推广是一个严谨科学的而工作量大的系统工程，所以乙方特别为甲方项目共同设立专项工作小组，以保证能够按照甲方的要求，按时，按质，按量的执行好责任工作。

项目组主要成员一览表

编号	职务	姓名	性别	年龄	学历	专业 职责	从业经历
1	策划经理	李卓妮	女	37	本科	策划、文案	2015 年至今
2	设计师	林如萍	女	29	专科	平面设计及视频剪辑	2018 年至今
3	摄影	温润	男	55	专科	摄影	2006 年至今

附件 3

广告公司季度工作评比表					
考核时间		考核项目			
项目	评比类别	工作评比标准	进度及评比要求	分值	评分
工作态度 (10 分)	合作态度与责任心	以合同为准, 以友好合作为前提, 遵守合同精神和约定, 尊重合作团队, 认真对待, 积极协作, 团队具有责任心;	尊重合作团队, 不弄虚作假, 不玩忽职守, 认真做好工作。	2.5	
	工作进度	积极配合工作, 按要求进度保质完成各项计划工作, 某类工作返工不高于 3 次;	每一项工作未按节点完成的扣 0.5 分, 扣完为止;	2.5	
	项目组优化运作	项目组成员根据甲方要求相对固定, 人员配置优化完善, 例会无缺席, 例会如不能参加, 需事前通知, 工作积极责任心强, 项目组成员缺席 1 人次扣 0.5 分, 其他按合同;	人员架构完整, 例会无缺席, 每缺席 1 人扣 0.5 分;	2.5	
	报告及设计质量	报告及设计中措辞正确, 条理清晰, 排版符合要求, 无错字、错局和错误的标点符号;	每发现一个错字、错局或错误标点扣 0.5 分, 扣完为止;	2.5	
平面表现 (40 分)	文案工作	能够运用合理的新闻和广告语言传达项目卖点, 文案中无不符项目、公司信息, 无违法《广告法》内容, 无错字别字;	按时完成, 无错误, 发现一次错误扣 3 分;	15	
	设计工作	设计工作符合视觉运用环境要求, 卖点突出, 视觉影响力明显, 达到宣传效果, 设计中文案表达无误, 无不当措辞, 无触犯《广告法》条例, 无错误销售表现要素。	按时间节点完成, 无错误, 发现 1 次错误扣 3 分;	15	
	出稿数量及中稿率	能够提供多种创意角度的视觉表现画面及稿件数量, 且保证出街画面的中稿率。	按时间节点完成, 出稿数量少且中稿率低的扣 2 分;	10	
稿件质量 (20 分)	出稿数量	微信推文累计出稿数量高, 且出稿品质佳。	月度推文累计出稿数量最少的扣 5 分;	10	
	点击量	能够运用生动有趣、具有吸引力及冲击力的文字语言及画面配合, 卖点突出, 推文点击量高。	月度推文累计点击量最少的扣 5 分;	10	
推广策略 (20 分)	项目理解	熟悉我司项目, 熟悉产品特色和卖点, 熟悉公司品牌及发展历程和方向, 策划报告提交及时, 条理清晰, 分析合理, 符合项目和市场状况以及甲方要求, 可执行, 可操作, 有亮点; 推广工作计划性强, 均能按照计划执行; 报告无错字病句, 数据计算无错误。	保质保量提交, 无错误, 发现 1 次错误扣 1 分;	5	
	市场理解	熟悉市场和竞争项目情况, 了解政策及信息动态, 报告和会议提及中无对市场不熟悉之情况反映, 数据库整理完整, 无缺失数据;	对整体市场、区域市场及竞争对手充分了解;	5	
	公关活动	公关活动策划方案有新意, 可操作, 组织实施有序, 达到预期目的和效果。执行环节与活动执行公司充分沟通, 做好事前充分准备	如因事前沟通不及时、不充分, 出现重大失误, 一次扣 1 分;	5	

		，现场无不良事件发生，各项物料质量良好，无损害，活动衔接无错误，现场管理无混乱。			
	媒体渠道	媒体计划符合甲方要求，认真考虑媒体平衡，严格控制费用，积极配合处理媒体负面报道的事宜。	每月 25-30 日提交下月媒体计划，如未提交扣 1 分；	5	
加分项目 (5 分)	爆款推文	微信推文内容生动有趣、引人入胜，画面创意新颖、主题卖点突出，单篇点击量高。	以篇计算，单篇点击量月度累计 2000 次以上的，每篇奖励 1 分；	3	
	嘉奖行为	值得表扬或嘉奖的其他行为如配合协助我司展会、公关活动等加班行为方面。	以次计算，一次 0.5 分；	2	
其他扣分 (5 分)	对外发布	如对外发布的广告如报广、户外、网络等，发布后如存在重大错误，除进行正常扣分外，将进行额外处罚；	详见备注	5	
综合评语			评分人签字	100	