

华桂园 1、3、5 期广告整合推广代理

采 购 要 求

采购单位：东莞市金鹿豪园建造有限公司

文件编号：2017-006 号

时 间：二零一七年三月

一、采购内容详见附件四、附件五。

二、报价须知

2.1 报价单位须到华桂园 1、3、5 期实地查看，以获取报价所需的资料。签订合同后，报价单位不得以不清楚或未考虑现场实况为由提出增加费用或其它要求。无论是否查看现场，报价单位自行承担相关后果。查看现场联系人：陈振江，联系电话：13712074733。

2.2 报价单位所报价格须包括整体策划费、设计费等在服务期内完成采购内容所需的费用、利润、税金，包括但不限于附加和额外加班工作的全部费用及派出工作人员的交通费、食宿费、保险费、通讯费等费用。

2.3 报价单位须具有合法的资质、资格，否则由此导致的一切责任及后果由报价单位承担。

2.4 本次采购不议价，请报价单位勿留议价空间。

2.5 报价单位资格：有同类项目经验，主创团队稳定，有跨区域项目推广经验，独立法人，非联合体。

2.6 附件五将作为确定交易的合同版本，报价单位如对该合同及本要求有任何疑问或希望变更的条款，须在 **2017 年 3 月 27 日上午 12 时前**以书面形式向采购单位提出，递交报价文件后提出的将不予接受。采购单位联系人：谭锐成，电邮：heyuecaigou@163.com，电话号码：0769-23663666-862；传真号码：0769-23662666。采购单位将于 **2017 年 3 月 28 日下午 6 时前**统一书面公开答疑。

2.7 采购单位在报价单位踏勘现场时所作的介绍及说明仅供报价单位参考，采购单位不对报价单位据此作出的判断和决定负责。

2.8 无论出于何种原因，采购单位可主动地或在答疑时对本要求进行修改。修改后的内容为采购要求的组成部分，均以书面形式公开并对参与报价的单位具有约束力。报价单位收到上述修改通知后，应立即以采购单位提供的格式发送书面回执。

2.9 采购单位对本要求的澄清、答疑、说明、补充、解释、变更等，均以采购单位发出的书面内容为准。报价单位因听信采购单位的口头内容而造成的损失和后果，由采购单位自行承担。

2.10 本要求（含澄清、答疑、修改文件）的电子文件请从网站：work.nanfeng.cn 的“采购信息”版下载。电子文件仅供参考，最终以采购单位加盖公章的纸版文件为准。

2.11 采购员工如有营私舞弊、吃拿卡要等损害报价单位合法权益的行为，请拨打专线 18688665878 投诉。

2.12 报价期间，采购单位的唯一官方电子邮箱为：heyuecaigou@163.com，该邮箱负责采购单位电子邮件的收发：报价单位提供电子资料给采购单位时，以该邮箱收到为准（采购要求另有规定的，从其规定），发至其他邮箱（如采购单位员工的个人邮箱、QQ 等，下同）的，采购单位将视为未收到；采购单位如以电子邮件发送采购信息（如通知、表格等）的，亦仅以该邮箱发出的为准。

2.13 递交报价文件

2.13.1 商务及技术文件递交时间：**2017 年 3 月 30 日**（采购单位将另行提前通知每家报价单位当

天的具体时间点)；经济文件递交时间：采购单位将根据实际情况另行通知具体时间。

2.13.2 报价单位递交商务及技术文件时，将在采购单位现场进行提案的讲解与演示，每家单位的演示时间约四十分钟。讲解与演示内容：介绍报价单位名称、主要业绩、服务承诺等，展示报价单位曾服务项目的作品（限拟为华桂园1、3、5期服务的主创人员作品，2~3个为限），重点是讲解和演示华桂园1、3、5期初步创意方案的提案（即广告创意和整合推广方案）。递交地点（演示地点）：广东省东莞市南城区鸿福路106号南峰中心17楼东侧大会议室。采购单位提供投影设备。

三、报价文件的装订要求

3.1 报价文件由两部分组成：一部分为商务及技术文件（一式三份，独立装订成册，不密封）；另一部分为经济文件（一式二份，独立装订成册），按本要求提供的《报价文件密封封面》（详见附件七）及说明进行装袋密封。

3.2 报价文件应使用本要求所提供的报价文件全部格式（表格可以按同样格式扩展），每册应加盖骑缝章。

3.3 报价文件正本与副本均须报价单位法人代表（或法人代表授权签署文件的委托代理人）亲自签署并加盖报价单位法人公章。

3.4 报价单位须按本要求的规定封装报价文件，并在报价文件封面标明“正本”或“副本”字样，报价文件“正本”与“副本”若不一致，以正本为准。

3.5 商务及技术文件包括但不限于（其中不得含价格信息，否则视为无效报价。复印件须加盖报价单位公章，请同时按下列顺序装订）：

3.5.1 报价单位简介（如公司规模、组织架构、公司核心竞争优势、代表作品等）；

3.5.2 报价单位针对华桂园1、3、5期的初步创意方案（彩色相片纸打印为佳），具体包括：前期提案（包括案名、广告语、形象广告、VI设计及其应用），广告创意和广告策划方案、分析方案等；（越详细越好）

3.5.3 报价单位拟投入华桂园1、3、5期项目的主创人员简介；

3.5.4 报价单位最近三年完成的、与华桂园1、3、5期类似的业绩（最少3个，格式详见附件二）及其证明文件、相关方案（限拟为华桂园1、3、5期服务的主创人员作品）；

3.5.5 报价偏离表（格式详见附件三）；

3.5.6 授权委托书（格式详见附件一）；

3.5.7 报价单位的营业执照（三证合一）、获奖证书复印件等资料；

3.5.8 采购要求的答疑纪要回执单。

3.6 经济文件包括：报价书（格式详见附件六，报价须包含完成附件四全部内容的费用，如有遗漏或少报，视为已含在报价中。）

授 权 委 托 书

本授权委托书声明：我_____（姓名）系_____（报价单位名称）的法定
代表人，现授权委托_____（单位名称）的_____（委托代理人姓名）代
表我司对“华桂园 1、3、5 期广告整合推广代理”采购活动进行报价。委托代理人全权负责报价、
谈判、签约等具体工作，所签署的一切文件和处理的一切有关事务，我均承认。

委托代理人无转委权。特此委托。

委托代理人： 性别：

单位：

职务：

委托代理人身份证号码：

报价单位（单位公章）：

法定代表人（签字、盖章）：

委托代理人（签字、盖章）：

法定代表人身份证号码：

年 月 日

法定代表人及委托代理人身份证复印件：

（身份证复印件粘贴处）

近三年类似项目业绩一览表

序号	项目名称及概述	客户单位及地点	实施时间	完成情况	客户电话及联系人	备注
1						
2						
3						
...						

填表须知：

- （1）请附上相关业主的评价证明材料（如合同等）复印件，并加盖报价单位法人公章；
- （2）如被发现虚假将取消成交资格。

报价单位：（盖章）

法定代表人或委托代理人：（签字）

日期：____年____月____日

报价偏离表

类别	采购要求条 目号	采购要求	报价内容	偏离情况	说明
技术 部 分					
商 务 及 其 他 部 分					

填表须知：报价单位如对采购要求完全响应，仍须在本表注明“无任何偏离”并将本表附于报价文件的商务及技术文件中。

报价单位：（盖章）

法定代表人或委托代理人：（签字）

日期：____年 ____月 ____日

华桂园 1、3、5 期广告整合推广服务内容

一、项目筹备期

1、广告市场调查与分析

广告营销环境分析

广告竞争对手分析

广告目标客户群分析

2、广告定位

项目形象定位

目标客户群形象定位

3、传播与媒介策略的制定

传播与媒介覆盖策略目标

分阶段传播策略的制定

媒介炒作计划的制定、实施、监控及调整

4、筹备期广告策略

进入市场的时机与广告姿态

调整与控制广告策略

阶段广告目标制定

阶段广告战术安排

5、整体推广策略

项目推广名

卖点提炼及概念提升

推广口号

推广概念及主题

整体推广策略及创作思路

推广手段整合

创意概念及创意发想

6、品牌识别基础设计

Logo

标志释义

中文标准字体

英文标准字体

标准色

辅助色

标准组合

标志使用规范

标志及组合使用注意事项

项目整体设计主调

项目识别系统总体风格

基本延展

象征图形

7、VI 常用系统设计

信纸、信封、便签纸

名片设计

请柬

销售人员工作牌

文件袋

购房协议书封套

置业计划书封套

文件袋设计

VIP 贵宾卡

手袋

雨伞

车体

小礼品

项目各项公共位置的区域名称（包括但不限于园林、住客会所、住宅（楼栋牌、楼层牌、房号牌）、售楼处（大门标牌、门头、背景墙、导示牌、各功能分区牌）、物业公司等区域）

8、宣传物料创意及设计

销售/招商楼书创意及设计

销售/招商手册创意及设计

销售/招商折页单张创意及设计

销售/招商户型单张创意及设计

销售/招商户型单张封套创意及设计

销售/招商户型手册创意及设计

销售/招商海报创意及设计

销售/招商小单张创意及设计

销售/招商 DM 直邮创意及设计

销售/招商杂志创意及设计

销售/招商协议书设计

销售/招商邀请函创意及设计

销售置业计划设计

商铺招商海报

商铺招商平面图创意及设计

软文策划、撰写

9、现场包装设计

现场整体氛围建议

工地围墙设计

工地广告牌设计

楼体条幅设计

立柱挂旗设计

现场导示牌设计

停车场指示牌设计

灯杆旗设计

POP 彩旗设计

气球、充气物设计

霓虹灯建议

大门口展板设计

二、项目开盘期(预热期及引爆期)

1、销售/招商广告策略

调整与控制广告策略

阶段广告目标制定

阶段广告战术安排

2、售楼处及外卖场包装

售楼处整体氛围渲染

售楼处实体展板

销售进度牌

导示牌

售楼处分区指示牌

温馨提示

洗手间指示牌

外卖场主背景板

外卖场整体氛围渲染

外卖场形象展板

外卖场招示布

看楼专车

3、样板房及看楼通道包装

看楼通道氛围布置

看楼导示系统

楼梯间欢迎牌

电梯口指示牌

大堂指示牌

电梯间指示牌

电梯出口欢迎牌

楼梯过道欢迎牌

户型牌

功能牌

免费赠送牌

设计概念介绍牌

特别卖点提示牌

4、SP/PR 活动

认筹活动专项设计

展位专项展板设计配合

展会专用物料设计配合

新闻发布会专项设计配合

各类专项活动相关设计配合

5、媒体组合及广告创意

报纸、电视、网络、户外、电梯、车身、路旗等各类广告创意及设计

报纸软文炒作

6、开盘以及活动物料

认筹及开盘活动建议及专项设计

现场展板背景板设计

协议书设计

认购书设计

销控表设计

分区指示牌设计

流程示意图设计

须知示意图设计

认筹号抽奖卡设计

新闻发布会建议及专项设计配合

园林开放建议及专项设计配合

入伙专项建议及设计配合

六一中秋圣诞新年活动建议及设计配合

其它暖场或专项活动建议及相关设计配合

7、园林会所形象包装设计

小区出入口建议

导示牌设计

小区楼栋号设计

园林导示牌设计

园林指示牌设计

园林功能牌设计

园林温馨提示牌设计

物业温馨提示牌设计

会所入口欢迎牌设计

会所门楣效果建议

会所导示牌设计

会所分区导示牌设计

会所功能分布牌设计

会所功能牌设计

主题横幅挂旗设计

信息展板设计

主题活动形象墙设计

三、项目热销期

1. 广告策略(销售和招商)

调整与控制广告策略和相关宣传物料的设计

阶段广告目标制定

阶段广告战术安排

2. 现场包装设计

3. 促销活动专项设计

促销活动策划及工具选择

促销活动策划的文字性建议

促销活动的视觉设计

促销活动的协助组织

4. 媒体组合及广告创意

报纸广告创意及设计

报纸炒作软文撰写

电视广告创意建议

杂志广告创意及设计

网络广告创意建议

公交广告创意及设计

候车亭广告创意及设计

电梯广告创意及设计

户外广告创意及设计

车体广告创意及设计

灯箱广告创意及设计

5. 外卖场包装设计

外卖场主背景板设计

外卖场整体氛围渲染设计

外卖场形象展板设计

外卖场招示布设计

看楼专车设计

6. 房展会包装设计（包括外展场地）

房展会主背景板设计

房展会整体氛围渲染设计

房展会形象展板设计

房展会招示布设计

房展会手举牌设计

房展会礼品建议

房展会物料设计

看楼专车设计

7. 与项目有关的展示牌设计(如园林小区导示牌、楼层牌、各栋门牌、会所功能区展示牌……等)

与项目有关的企业品牌推广

与项目有关的推广设计工作

实行例会制

实行专案小组制

四、其他

与项目宣传推广的企业物料的文案与设计，如企业品牌画册、企业台历、邀请函等特定物料设计。

物料设计小样以打印稿确认，终稿确认时须提供打印样稿给甲方，每款不超两次和不超过两套/次。

注：以上所列服务内容为整合推广各阶段可能发生的规划，不同阶段工作侧重点有所不同，根据项目营销推广需要，在本项目服务范围内，某些规划可能增减或调整，但不影响整体服务费用。

五、关于服务期

项目广告代理服务采取分阶段服务形式，筹备期，预热期及引爆期，强销期及持续销售期，各个服务期具体起始时间以采购单位通知为准，计费服务期限为 13 个月，不计费暂停期为 12 个月。

华桂园 1、3、5 期 广告整合推广代理委托合同书

合同编号：_____

委 托 人：东莞市金鹿豪园建造有限公司

受 托 人：_____

华桂园 1、3、5 期广告整合推广代理委托合同书

委托人（甲方）：东莞市金鹿豪园建造有限公司

受托人（乙方）：

甲乙双方在平等、自愿、公平和诚实信用的原则上，依照《中华人民共和国合同法》《中华人民共和国广告法》及其他有关法律、行政法规，就甲方委托乙方进行华桂园 1、3、5 期（以下简称“本项目”）广告整合推广代理事宜协商一致，现订立本合同书供双方遵守。

一、本项目地点：东莞市清溪镇华桂园小区。

二、乙方受托范围及内容

2.1 本项目服务期分为三个阶段（具体详见附件《广告策划服务内容》），主要为：

第一阶段：筹备期，主要为前期准备，做好市场与广告定位研究与分析，制定阶段广告策略，品牌VI形象设计与落地执行，前期宣传物料创意与设计。

第二阶段：预热期、引爆期，主要工作为阶段策略、阶段宣传策划、创意与设计执行。

第三阶段：销售持续期与后期，主要工作为阶段策略、宣传策划、创意与设计执行。

2.2 本项目实行专案制、例会制、项目包干制（包括本项目宣传所需的零星相关设计）。

2.3 本项目服务期为 25 个月，其中计费服务期为 13 个月，不计费暂停期为 12 个月。每个计费服务期启动前，甲方须提前 15 天书面通知乙方。乙方在甲方书面通知中确定的计费服务期内按月提供正常服务，甲方按月支付服务费。甲方根据本项目情况需要乙方暂停服务时，须提前 15 天书面通知乙方。不计费暂停期内，甲方不向乙方支付任何服务费，乙方则不提供服务、不参加工作例会，若项目确有需要时，乙方同意免费提供零星服务。不计费暂停期内，乙方项目组人员尽量维持不变，确需变动时应书面通知甲方。

三、合同价款

3.1 本合同为固定单价合同，服务期（即 25 个月）内的固定单价为人民币_____元/月（即¥___.00 元/月），此价包括整体策划费、设计费等完成服务内容（详见附件《广告策划服务内容》）所需的费用、利润、税金，包括但不限于附加和额外加班工作的全部费用及派出工作人员的交通费、食宿费、保险费、通讯费等费用，亦包括乙方承担合同风险、义务、责任所需的全部费用（如草稿费等），除甲方书面同意外，不作任何调整。

3.2 如甲方有需要，乙方须保证服务期（即 25 个月）满后六个月内继续提供后期服务。此期间乙方为甲方提供服务每满一个月后，甲方向乙方支付_____元/月（含税）的服务费。

3.3 本合同估算总价为人民币_____元整，此价仅供参考，不作结算之用。

3.4 本项目的媒体发布费用由甲方另行支付。

四、付款方式

4.1 计费服务期内，每月月费翌月支付。乙方每月 5 日将上月完成工作报甲方审核，甲方核定后支付乙方上月服务费。

4.2 乙方凭请款报告申请每笔款项，凭甲方认可的等额发票及其他相关资料收取每笔款项。甲方发现乙方开具假发票的，有权中止支付合同款，乙方须书面向甲方承认开具假发票行为并重新开具合法发票，同时乙方向甲方支付金额等于假发票金额 10% 的违约金。

4.3 乙方收款账户开户名称必须与本合同书乙方名称、收款发票开具单位名称一致，否则甲方有权不支付合同款且不视为违约。

五、甲乙双方合作方式

5.1 实行专案小组制

5.1.1 乙方专门成立项目专案小组(详见附件《项目专案小组成员》)，包括项目创意总监、策略总监、设计师、文案、AE 等，创意的总体把握由项目负责人负责，除 AE 外，还须指定设计专员与甲方指定人员进行工作来往的对接，项目专案小组成员不得少于 5 人，其中创意、文案、设计的总人数不得少于 3 人。

5.1.2 如乙方项目小组成员在实际工作中达不到甲方要求，甲方可要求乙方更换项目小组成员，乙方须在甲方提出要求后七天内更换，更换两人后仍达不到甲方要求的，甲方有权单方面解除合同。乙方不得擅自更换项目小组成员，否则每次须支付人民币壹万元作为违约金给甲方。若乙方需要更换项目小组成员，必须提前十五天书面通知甲方，并将新成员名单及其相关履历等资料提交甲方审核确定，否则，甲方有权单方面解除合同。乙方任何人员调整都不得延误本项目进度，否则，因此产生的后果由乙方承担。

5.2 实行例会制

乙方不直接驻场办公，但实行每周例会制，每次周例会须有总监或总监级以上人员参加，项目重要推广节点前后，乙方须根据甲方要求安排专人驻场，乙方不得以任何借口拒绝到场。

5.3 方案及稿件的提交与审核制

5.3.1 乙方应主动提前向甲方索要各类工作所需的相关文件、资料，甲方在收到乙方提出的索要清单后应给予乙方所需资料或作出回复。

5.3.2 乙方按照甲方指令进行创作，按创作构想、创作初稿、创作完稿的步骤进行工作并以书面形式向甲方提案，提案稿件须由总监或总监级以上负责人签字方可提交。

5.3.3 乙方应严格按照甲方工作任务单标明的初稿、正稿提交时间提交设计稿，如果乙方不能按时交稿，须在接到工作任务单时明确提出，并按甲方最终确认的时间交稿，否则视为违约。

5.3.4 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形式，以确保沟通的准确和效率。

5.3.5 乙方在提交设计稿后，应在一个工作日内主动与甲方沟通，了解甲方的建议和意见。

5.3.6 甲方应对乙方的提案给予完整的书面意见或回复，甲方的建议与意见应充分考虑乙方工作周期等因素，以确保乙方有足够时间保质保量完成各项工作任务。

5.3.7 乙方每项工作内容均须由甲方相关人员（详见本合同书第 6.1.1 款）书面确认定稿后方可制作，否则，乙方自行承担一切后果及赔偿甲方损失。

5.3.8 策划方案以书面报告形式向甲方递交；创意表现以文字稿、设计正稿、输出稿的形式向甲方递交确认；光盘、输出胶片需提交甲方书面验收，乙方向甲方递交的工作成果均须其负责本项目的总监或总监级以上负责人签名确认。

5.3.9 乙方设计成果交付地点为甲方所在地或甲方指定地点。

六、双方权利和义务

6.1 甲方权利和义务

6.1.1 甲方指定与乙方联系的人员为：丘美霞，联系电话：18666488425。罗力塔负责对乙方提交的所有方案、稿件等成果签字确认，未经其签字确认的视为甲方未予确认。

6.1.2 合同有效期内，甲方应积极配合乙方，及时提供乙方所需的项目已有图片、文字资料和相关各种材料。

6.1.3 甲方有权对乙方提交的广告推广思路的表现方案、设计方案和乙方所有提交的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，直至甲方签字认可后方可定稿。

6.1.4 甲方应严格按照合同规定付款，保证合同正常履行。

6.1.5 如因乙方原因未能在规定时间内完成双方确认的工作或工作失误等导致甲方项目形象受损，甲方有权终止合同，乙方负责赔偿甲方所有损失。

6.1.6 甲方有权根据市场行情及销售情况要求乙方合理调整推广、策划方案及设计，乙方应予以积极响应与配合。

6.1.7 乙方服务期间创作的作品所有权利（署名权除外）属甲方永久所有，甲方可随时使用。

6.1.8 甲方有权对乙方的服务质量进行评估，如乙方服务未能达到甲方要求，甲方有权随时解除合同且无须赔偿乙方。

6.2 乙方权利和义务

6.2.1 乙方须按甲方确认的计划完成各项工作内容并负责第三方制作及媒体投放监控工作。

6.2.2 乙方在服务期间应尽职尽责为甲方服务，按时、保质、保量完成甲方委托的各项策划推广、创意设计等工作，并为甲方的商业机密保密，否则，乙方承担因此导致的一切损失和责任。

6.2.3 乙方应按甲方确认之正稿进行输出、制作、发布等业务，以 CORELDRAW 的 CMYK 形式进行正稿输出，若因乙方导致成品与甲方确认之正稿不一致，从而致使甲方受损，乙方须赔偿甲方损失。

6.2.4 乙方所有策划方案及相关建议方案以书面形式向甲方汇报并提交，乙方有义务进行方案解释，并有责任指导第三方按乙方设计意图完成推广或制作工作，并对其符合度负责。

6.2.5 乙方应确保本项目广告策划推广的整体连续性，不能出现前后不一致或相互矛盾。

6.2.6 乙方应积极配合甲方策划的各种现场促销活动及公关活动等物料设计。

6.2.7 乙方在为甲方服务时，应根据项目特色，创作符合项目实际的作品，并保证所有的工作及提交之稿件内容符合相关法律法规的规定，否则由乙方自负一切责任。

6.2.8 乙方在收到甲方设计、策划要求的通知（传真、电话或 e-mail）后，须在六小时内回复，并在甲方要求的时间内交稿。

6.2.9 在服务期限内，乙方不得承接东莞市清溪镇其他与本项目产品类型相似、有竞争关系的房地产项目的同类广告整合推广代理工作，否则，甲方有权解除合同，同时乙方须退还所收款项并支付合同估算总价的 100%作为违约金给甲方。

6.2.10 未经甲方同意，乙方不得以任何形式将合同所涉及的任何一项业务分包给其它广告公司或个人，或直接用其它公司的设计稿给甲方审核，否则，甲方可单方解除合同，同时乙方须支付合同估算总价的 20%作为违约金给甲方。

6.2.11 在服务期内，乙方所提供的策略方案或创意设计经甲方书面确认实施而涉及到形象代言人、三维动画、专业拍摄与专业摄影、具有版权的专业图片、菲林输出等所发生的费用由甲方支付，涉及费用而乙方未提前告知甲方或未经甲方书面确认的，甲方不支付任何费用。

6.2.12 乙方指定与甲方的所有工作对接人员为：_____，联系电话：_____。

七、知识产权

7.1 乙方为本项目完成之成品或所设计之稿件，其所有权、版权及使用权等归甲方；乙方依法享有署名权及用作评奖活动的权利，但事先须获甲方批准（以协调乙方在不影响本项目推广销售情况下的合适时间进行参评），其它情况下未获甲方批准不得使用。

7.2 乙方保证所提供的工作成果和服务不侵犯他人权益，否则由乙方自行承担由此导致的全部责任及后果。

7.3 甲方按合同约定享有乙方工作成果所有权，乙方不得再将该等成果用于其他项目；否则由此引起的全部责任由乙方承担。

7.4 乙方不得将本项目的图片用于非本项目的商业宣传设计中，否则视为乙方违约并向甲方支付违约金壹万元/次。

八、违约责任

8.1 乙方除不可抗力因素影响其工作外，应严格按合同约定及甲方的要求，按时、按质、按量完成各项工作，否则视为乙方违约。

8.2 乙方未经甲方书面同意而擅自修改广告方案或未经甲方书面同意而将广告予以发布实施的，须负责该项广告发生的全部费用并向甲方支付违约金伍万元/次；如该广告方案引起不良影响或后果，或发生侵权违法行为等，甲方有权单方解除合同，由此引起的全部责任均由乙方承担。

8.3 如乙方提供的广告素材、广告设计或广告方案违反东莞市、清溪镇现行法律、法规等，或侵犯第三方权益等，由乙方承担全部责任并赔偿甲方损失。

8.4 乙方对甲方提供或知悉的甲方有关资料、信息等均须严格保密，若因乙方泄露而导致甲方遭受损失的，甲方有权解除合同，同时乙方须全额赔偿甲方的损失。

8.5 乙方应按合同要求及甲乙双方约定的时间完成相关工作，否则，甲方将给予乙方书面警告，若逾期超过五天或乙方累计收到甲方三次书面警告的，甲方有权解除合同，并有权另行委托其他公司完成乙方未完之工作，合同款结算至甲方发出第三次书面警告之日止，乙方已提交给甲方的工作成果归甲方所有。

8.6 乙方提供的稿件未达到甲方要求，经甲方书面通知修改调整五次仍未达到甲方要求时，甲方有权解除合同。

8.7 如在乙方无违约行为的情况下，甲方未能按合同约定付款，经乙方三次书面催告仍未付款，使乙方不能及时开展各项工作，由此造成的工作延误与乙方无关。

8.8 合同中，若某一条款明确了违约方的违约责任，从其规定。若无明确，按以下条款执行：

8.8.1 甲方违约时，应向乙方支付违约金，支付金额：自违约之日起，每日应付违约金人民币伍佰元整，直到违约行为结束；支付时间：支付最近一笔合同款时支付。

8.8.2 乙方违约时，应向甲方支付违约金，支付金额：自违约之日起，每日应付违约金人民币伍佰元整，直到违约行为结束；支付时间：甲方直接从最近一次应支付的合同款中扣款或乙方在违约之日起十天内支付。

8.9 如违约金不足补偿守约方的损失，违约方须全额补偿守约方的损失。

九、合同的变更、解除及争议解决方式

9.1 合同的变更、解除（法定、不可抗力因素及合同另有规定除外）、终止须经双方同意，并签订书面协议后生效。

9.2 执行合同时发生的或与合同有关的一切争议，双方应友好协商解决，如协商不能达成一致，则提交东莞市第一人民法院诉讼解决。

9.3 发生争议后，除非出现下列情况，双方都应继续履行合同，否则视为违约并按合同规定承担违约责任：

9.3.1 一方违约导致本合同确已无法履行，双方协议停止履行合同；

9.3.2 政府部门要求停止履行合同，且为双方接受；

9.3.3 法院要求停止履行合同。

十、其他

10.1 履行合同过程中，甲方的所有函件、文件等一切法律文件，均须加盖甲方公章及经法定代表人或其授权人签名，否则均属无效。

10.2 保险

10.2.1 乙方应为其员工办理有关的保险，支付保险费用。无论是否办理保险，一切后果由乙方自行负责。

10.2.2 保险事故发生时，甲方和乙方有责任尽力采取必要的措施，防止或者减少损失。

10.3 合同生效与终止

10.3.1 本合同书自双方法定代表人或其授权人签字并加盖公章（或合同专用章）之日起生效。本合同书一式四份，均具同等效力，甲方持三份，乙方持一份。

10.3.2 甲乙双方履行完合同规定的全部义务和责任之日起合同即告终止。合同终止后，甲乙双方应当遵循诚实信用原则，履行通知、协助、保密等义务。

10.4 其它事宜

10.4.1 本合同书未尽事宜，经双方友好协商后可签订补充协议解决。补充协议与本合同书具有同等法律效力。

10.4.2 合同履行过程中，如乙方发生企业法人变更登记的（以政府登记主管机关确认的为准），须书面通知甲方，否则甲方有权中止支付合同款，直至明确乙方已发生合法企业法人变更；如乙方发生了企业法人注销登记的（以政府登记主管机关确认的为准），甲方有权不支付合同款。

10.4.3 下列文件均为合同的组成部分，各文件应能互相解释，互为说明。当合同文件中出现不一致时，除合同另有约定外，以下排列顺序就是各文件的优先解释顺序：

- (1)合同履行时，由双方法定代表人或其授权代理人签字并加盖公章的补充协议或文件；
- (2)本合同书（含附件）；
- (3)甲方发出的《华桂园 1、3、5 期广告整合推广代理采购要求》（含答疑及澄清文件）；
- (4)甲方提供给乙方的基本资料；
- (5)东莞市现行的法律、法规、标准、规范。

以上同一解释顺序的合同文件如彼此矛盾，则签署或生效时间较晚的文件效力高于时间较早的文件。

附件：附件一《广告策划服务内容》；附件二《项目小组成员》。

甲方（盖章）：东莞市金鹿豪园建造有限公司
法人代表或其授权人
（签字）：

乙方（盖章）：
法人代表或其授权人
（签字）：

签约日期：2017 年 月 日

签约地点：广东东莞南城区。

（甲方人员如有营私舞弊、吃拿卡要等损害乙方合法权益的行为，请拨打专线 18688665878 投诉。）

报 价 书

致：东莞市金鹿豪园建设有限公司

经对华桂园 1、3、5 期项目调研了解，详阅《华桂园 1、3、5 期广告整合推广代理采购要求》（以下简称“采购要求”）全部内容及其他有关资料，在充分考虑各种影响因素后，我司愿按照采购要求以固定单价（即“计费服务期月费”）人民币____元/月在 25 个月的服务期（其中计费服务期为 13 个月，不计费暂停期为 12 个月）内按采购要求及贵司需要完成相关工作。如贵司需要，我司在服务期（即 25 个月）满后的 6 个月内继续提供服务，期间的固定单价为人民币____元/月。

我司同意，在规定报价截止之日起 90 天内遵守本报价书及我司提交的报价文件，此期限届满前，报价书及报价文件对我司具有约束力，并可随时被接纳。

直到制订并签署了一项正式协议书前，如根据上述第 2 条本报价书被接纳，本报价书连同贵司的书面接纳文件、报价期间双方往来的函件、采购要求和报价文件，将成为对双方具有约束力的合同文件。

我司同意贵司无义务接受价格最低的报价书或任何报价书，同时不需为此作出任何解释。

贵司不负担我司任何报价费用。

报价单位（盖章）：_____

营业执照编号：_____

注册地址：_____

法定代表人或委托代理人

签 字：_____

姓 名（正楷）：_____

职 务：_____

日 期：_____

附：A、《法定代表人资格证明书》；

报价文件密封封面

正(副)本

报价项目名称：_____	
报价单位全称（公章）：_____	
法定代表人或其委托代理人签字（或盖章）：_____	
报价单位地址：_____	
电话：_____	邮编：_____
报价单位联系人：_____	
电话：_____	
说明	<div>1. 报价文件密封封面必须用永久性墨水详细填写或打印；</div> <div>2. 涂去不需要的“正”或“副”字样；</div> <div>3. 报价文件封装袋各封口处须加盖报价单位公章。</div>