**芜湖市老船厂1900项目1#、2#、3#住宅地块**

**营销企划公司**

**招**

**标**

**文**

**件**

 **招 标 人：芜湖滨江文旅投资运营有限公司**

**日 期：2025年2月20日**

**芜湖市老船厂1900项目1#、2#、3#住宅地块**

**营销企划公司招标公告**

一、**招标项目概况：**

**1.**项目位置：芜湖市镜湖区长江中路与赭山路西南角；

**2.**项目概况：老船厂1900项目位于芜湖市镜湖区核心板块，东接长江路，西与长江相连，南临中山北路，北靠赭山西路，其中，1#、2#、3#住宅地块总建筑面积约20万平方米；

**3.**招标内容：芜湖市老船厂1900项目1#、2#、3#住宅地块营销企划公司。

**二、投标单位资格要求：**

**1.**依法成立并有效存续的境内企业法人；

**2.**投标单位注册时间不低于5年；

**3.**企业经营状况良好，无违法、违规等不良记录，具有独立承担民事责任的能力；

**4.**不接受联合体投标。

**5.**投标单位须承诺拟委任项目负责人及主创团队具有不少于三年的策划推广服务经验；

**6.**近5年内（2020年1月1日）不少于10个在合肥/芜湖主城区合作期不低于6个月的房地产全案策划和推广服务业绩（须提供合作单位合同复印件及联系方式），且业绩单个合同总金额不少于50万元；

**7.**不得同时服务项目周边2km范围内的竞品项目；

**8.**本次招标服务要求根据项目节点阶段性派驻现场驻场人员不少于1名。

**三、投标报价及合同价：**

**1.投标报价：**按照月费报价，商务标上限为100000元/月（含税），月费报价超过此上限视为废标。

**2.合同确定价：**由中标通知书确定合同价。

**四、招标文件的获取及招标文件发售办法**

1、获取时间：自发布之日起至2025年 02 月 26 日下午17:30；

2、获取方式：投标人登录合肥滨湖投资控股集团有限公司官网自行下载招标文件。

**五、投标报名提交材料：**

**附件1：《投标文件确认书》** 加盖公章；

**附件2：《投标承诺书》** 加盖公章；

**附件3：《营业执照》** 复印件加盖公章；

**附件4：《业绩证明》** 近5年内（2020年1月1日）不少于10个在合肥/芜湖主城区且合作期不低于6个月的房地产全案策划和推广服务业绩（须提供合作单位合同复印件及联系方式），且业绩单个合同总金额不少于50万元；并将合作双方合同关键页复印件一并作为附件（须体现合同时间、项目地点）；

**附件5：《法人授权委托书》** 加盖公章

**注：以上所有资料均需提供书面一份，复印件加盖公章。**

**六、评标原则及内容：**

**1.**按技术标占比80%、商务标占比20%综合评分，合理低价中标原则。

**2.**评分细则：评标委员会将对所有通过初审的投标文件进行技术部分详细评审， 投标人需对项目技术标进行当场陈述，陈述形式可以采用PPT、PDF或word形式汇报。

|  |  |
| --- | --- |
| **评分大项** | **评分标准** |
| **技术标****（80分）** | **公司实力（满分2分）**注册时间5年以上..........................................每增加一年得0.5分，上限2分 |
| **公司业绩（满分6分）****1.**近5年内不低于10个在合肥/芜湖主城区且合作期限不少于6个月的住宅项目营销企划案例......................................................每增加一个得0.5分，上限2分**2.**单个业绩合同总金额不少于50万元..............每增加一个得1分，上限4分 |
| **团队实力（满分11分）****1.**项目负责人从业年限＞10年，得5分（上限5分）**2.**项目团队人员从业年限＞6年，每一人得3分（上限6分） |
| **方案展示（满分61分）****1.**市场情况及分析..................................................................5分**2.**项目价值点梳理................................................................20分**3.**项目推广思路....................................................................20分**4.**项目画面创意及美感........................................................10分**5.**整体创新意识、团队沟通能力、协调能力.....................6分 |
| **商务标****（20分）** | **以各投标单位月费报价平均数为基数，四舍五入，保留小数点后1位****起始分数15分**①每增加2000元减0.5分；（增加部分不满2000按2000计算）；②每减少2000元加0.5分；（减少部分不满2000按2000计算）；（最高得分20分，最低得分0分） |

**七、确定中标候选人**

**1.**计算最终得分

1)将每个有效投标人的服务方案得分加上资信部分得分及商务部分得分，得出该投标人的最终得分。

2)投标人的各项得分均保留小数点后两位（小数点后第三位四舍五入）。

**2.**中标候选人确定

1）评标委员会按综合评审得分从高到低的顺序依次确定中标候选人。排名第一的为首选中标候选人，以此类推第二、第三中标候选人；

2）如综合得分相同，商务标报价低者优先中标或进场；

3）当通过资格审查及符合性审查的家数小于等于2家时，则本项目作流标处理；

4）若中标人在后续服务中因业绩完成率未达标等原因经甲方确认解除合同后，按照此次综合得分排名依次进场或由甲方重新组织招标。

**八、招标时间节点安排**

1、投标单位必须在2025年2月26日下午17:30前将**【报名材料】（附件1《投标文件确认书》、附件2《投标承诺书》、附件3《营业执照》、附件4《业绩证明》、附件5《法人授权委托书》）与【商务标】分开密封盖章**送（寄）至**芜湖市镜湖区华强广场写字楼A座1407室芜湖滨江文旅投资运营有限公司**，超过规定时间送达的投标文件，无论任何理由均取消其投标资格。

2、开标时间：由招标人另行电话通知，投标报名单位携带项目**技术标打印本**【**密封盖章】及电子档各1份**至开标现场汇报；

3、开标地点：由招标人另行电话通知。

**九、答疑时间：**

报名之日起至2025年2月25日17:30；

**十、招标联系人及地址：**

联系人：陈文涛

联系电话：18255331882

联系地址：芜湖市镜湖区华强广场写字楼A座1407室芜湖滨江文旅投资运营有限公司

**附件1：**

**投标文件确认书**

芜湖滨江文旅投资运营有限公司：

我公司确认参加芜湖市老船厂1900项目1#、2#、3#住宅地块营销企划公司的投标，对贵单位2025年 月 日发出的该项目投标文件及相应资料全部内容予以确认，并按要求提交投标文件。

我公司保证本项目中标后绝不转包和挂靠，并按照合同要求按质、按期完成任务，一旦贵司发现我司有上述违规行为，我公司愿承受招标文件所规定的处罚。

**单位（盖章）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**法人代表或授权代表（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**投标联系人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**联系电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**附件2：**

**投标承诺书**

**我单位在参加芜湖市老船厂1900项目1#、2#、3#住宅地块营销企划公司的投标活动中，郑重承诺如下：**

1. 本次投标中申报的所有材料都是真实、完整的，若经贵方查出提供材料有虚假或与事实不符，则视为自动放弃本次投标活动；若因此造成任何法律和经济职责，完全由我方负责；
2. 我方经营状况良好，无重大违法、违规的不良记录；
3. 我方对招标文件中的服务合同各项条款无异议，一旦中标，将按规定及时签订合同，并严格执行合同内容；
4. 我方若违反本次投标承诺，立即自愿退出投标并承担相应的法律责任。

**单位（盖章）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**法人代表或授权代表（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**投标联系人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**联系电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**附件3：**营业执照复印件、法人授权委托书（加盖公章）；

**附件4：**业绩证明（加盖公章）；

**附件5：**

**法人授权委托书**

本授权委托书声明：我 （姓名）系 （投标单位名称）的法定代表人，现授权委托 （单位名称）的 （姓名）为我公司代理人，以本公司的名义参加 芜湖滨江文旅投资运营有限公司的 芜湖市老船厂1900 项目1#、2#、3#住宅地块营销企划公司的投标活动。代理人在开标、评标、合同谈判过程中所签署的一切文件和处理与之有关的一切事务，我均予以承认。

代理人无转委托权。

特此委托。

 代理人： 性别： 年龄：

 部 门： 职务： 电话：

投标单位: （单位全称、盖章）

法定代表人： （签字/盖章）

日期： 年 月 日

**芜湖市老船厂1900项目**

**1#、2#、3#住宅地块营销企划服务合同**

甲方：芜湖滨江文旅投资运营有限公司

乙方：

签约时间： 年 月 日

**芜湖市老船厂1900项目1#、2#、3#住宅地块**

**营销企划服务合同**

**甲 方：芜湖滨江文旅投资运营有限公司**

**联系地址**：**芜湖市镜湖区华强广场写字楼A座1407室芜湖滨江文旅公司**

**联系电话：18255331882**

**乙 方：**

**开户银行：**

**开户账号：**

**联系地址：**

**联系电话：**

就甲方委托乙方（非独家）进行广告策划一事，甲乙双方经过友好协商，根据《中华人民共和国合同法》及《广告法》等相关法规，在自愿、平等和协商一致的基础上，就如下合同内容达成共识，共同遵守。

1. **合同目的**

本合同目的在于明确合同各方在**芜湖市老船厂1900项目1#、2#、3#住宅地块**（以下简称“本项目”）市场推广和广告代理业务服务过程中的各项工作职责、权利和义务，以促使乙方为甲方提供优质的市场推广和相关工作的广告策划、创意、设计、制作及其他相关服务业务。

1. **服务范围**

乙方为甲方提供本项目在如下范围的广告服务：

* 1. 项目品牌策划与管理服务。
	2. 有关广告策划、创意设计、广告制作、视频拍摄、剪辑等与相关的广告策划服务。
	3. 整合推广活动的广告宣传策划、配合活动物料设计及方案落地执行。
	4. 对于与制作供应商和其他第三方有关的服务, 乙方提供配合服务。
	5. 乙方向甲方提供的具体工作项目包括但不限于合同**附件一**。
1. **服务人员**
	1. 乙方为了认真执行甲方的推广，为甲方提供优质服务，将执行专案小组制度，即由乙方组建专门的项目操作小组和服务团队，该项目操作小组专门服务于甲方，不再承担其他项目工作。专案小组服务团队构架（含项目操作小组）及相关人员简历由甲方确认后执行；专案小组成员变动，乙方应提前一个月知会甲方，经甲方书面同意后方可变动，如乙方擅自变动，应该按本协议约定承担违约责任。
	2. 乙方专案小组人员架构及相关支持人员名单、个人简历见合同**附件二**。合同履行期间，甲方如对乙方项目小组人员工作不满意，有权提出更换，直至甲方认可为止。
2. **服务期限**

**本合同规定的服务期限自 年 月 日起至 年 月 日止**，服务期1年，合作到期后，经甲乙双方友好协商，可续签本服务合同。乙方具体的阶段性服务内容及时间节点安排，以甲方下发的服务需求为准，甲方有权随时调整或终止本合同，甲方不承担任何违约责任。

1. **工作要求**
	1. 工作流程：甲乙双方约定日常工作将按照如下流程进行：
		1. 工作下达：甲方工作要求（包括月/季/年度计划、项目计划）将以书面或相关通讯软件形式传达，乙方服务小组成员将以《任务确认单》的形式就该项工作要求、具体内容、时间等进行回复，如甲方对乙方《任务确认单》回复确认无误，则乙方开始进行该项工作。
		2. 确认：乙方根据甲方的《任务确认单》进行后续的执行工作；涉及有关创意、设计制作、媒介计划等的费用支出部分，乙方将事先向甲方提供有关该项工作的估价单，在甲方指定人员书面签字确认后，乙方方可进行后续的执行工作，未经甲方确认的项目，由乙方自行承担所有费用及法律责任，与甲方无关。
	2. 会议制度：
		1. 乙方须经甲方要求，召开包括但不限于以下工作会议：

周例行会议、月例行会议、年度工作回顾会议。

* + 1. 乙方须在每月执行会议上提交当月《项目月度工作小结》，该工作小结将由甲方评估，作为绩效月费和月度月费总额的核定依据。
	1. 工作规范制度：

在服务期限内，乙方将根据销售计划采用月工作计划和每周工作计划形式进行阶段性提报，进度汇报以确保工作的有序进行。

甲方有权对乙方提交的策划思路、广告方案、设计稿和所有乙方提交的工作文件提出修改意见和建议，乙方应据此在甲方要求的时间内进行修改、调整，直至甲方签字认可方可定稿。

乙方应按甲方确认之正稿进行输出/印刷/制作/发布等业务并按甲方要求及时提供经甲方确认之设计稿件、电子文件或胶片。广告发布之前，乙方应确认颜色偏差，若因乙方工作缘故导致成品与甲方确认的打样稿不一致，从而致使甲方受损等情况，乙方应赔偿甲方相应的损失。

在本合同终止或分项项目结束时，乙方须将所有创作物料（包括但不限于印刷胶片及打样、报纸及其他媒体的输出内容以及项目图片设计稿、画稿、制版、输出MO、胶片及可供重复修改使用的电子文件）交回甲方。

* 1. 其他

如因突发的热点事件,甲方要求乙方增加在《任务确认单》工作内容以外相关热点事件的设计稿或其他相关工作，则乙方应在甲方要求的合理时间内完成。

乙方有义务对甲方提供的有关不符合《中华人民共和国广告法》或相关法律法规等要求的内容提醒甲方进行更正。

1. **合同费用及支付**
	1. 计收费用

对于乙方提供的服务, 甲方分别应按下列规定向乙方结算月度服务报酬:

* + 1. 月度服务费为  **元**，配备不少于1人的服务人员驻场办公。
		2. 月度服务费:月度服务费涵盖乙方根据甲方的具体要求从事本合同第2条和合同附件一所列服务的全部报酬。月度服务费由基本月服务费和绩效月服务费两部分组成，其中基本月服务费占月度服务费总额的90%，绩效月服务费占月度服务费总额的10%。其中基本月服务费原则上为固定费用，绩效月服务费为浮动费用，甲方将在乙方提交当月《项目月度工作小结》后三个工作日内对其工作进行评估，核定该月绩效月服务费，甲方经评估后有权直接确定不支付乙方月度绩效服务费；但若甲方在合同期间的某个月没有业务需求，不需乙方提供服务的，则甲方仅支付月度服务费的50%费用。
	1. 付款方式:
		1. 乙方每月将根据甲方要求开据相应增值税专用发票和请款通知书。对于月度服务费：甲方对乙方提交的《项目月度工作小结》评估后，确定乙方该月度服务费，并在《项目月度工作小结》上签字确认，《项目月度工作小结》作为双方结算费用的唯一依据。《项目月度工作小结》经甲方签字确认后，乙方向甲方提供请款通知书、付款明细清单和发票，甲方应在收到请款通知书、付款明细清单和发票等资料后的 30 日内付清该期所有款项。
		2. 对于制作费用和其他第三方费用, 以及有关的杂项费用, 在乙方经甲方确认的情况下，甲方应按下列规定付款:乙方将于每个月月初就之前一个月已完成的工作向甲方发出请款通知书，甲方应在收到乙方发出请款通知书、相关证明文件（如付款明细清单等）和增值税专用发票后30个工作日内将该等款项付至乙方。但下文另有规定的除外。

**6.3** 发票特殊约定：

* + 1. 每次付款前，乙方或第三方应向甲方提供该次付款等额的合法增值税专用发票及其他甲方要求提供的付款资料。
		2. 乙方开具的为增值税专用发票。第三方开具的增值税专用发票应符合国家税收法律法规的规定。
		3. 每次付款前乙方及时提供相应的等额发票供甲方查验，如乙方开具的发票不符合本合同要求的，甲方有权拒绝付款并顺延付款时间，而不承担违约责任。
		4. 若乙方开具的发票不规范、不合法或涉嫌虚开，因此造成甲方损失的，由乙方承担赔偿责任，且甲方有权单方面解除合同，同时不免除乙方开具合法发票的义务。
		5. 如合同变更涉及服务价款等增值税专用发票记载项目发生变化的，则双方应当配合作废、重开、补开、红字开具增值税专用发票等相关事宜。
1. **赔偿**
	1. 若甲方提供的广告的内容或被投放或即将被投放的广告内容中涉及的甲方的产品或服务对他人构成侵权或违反法律的，则乙方有义务提示甲方进行修改。乙方应对审查结果承担法律责任，因广告内容引发的处罚及赔偿，均由乙方承担。甲方如因此遭受损失，可就此向乙方要求赔偿。
	2. 如因乙方的服务或因服务产生的产品对本合同外的第三方造成侵权的，第三方向甲方主张权益，造成甲方损失的，则乙方赔偿甲方因此产生的损失。
	3. 如乙方选用的文字、稿件、图片、摄影摄像素材等涉及著作权、肖像权等版权问题及其他侵权行为，均由乙方承担相应的责任。
2. **陈述、保证和承诺**
	1. 甲方和乙方分别陈述并保证:其已依其设立地的法律合法成立并有效存续。
	2. 乙方陈述并保证:乙方保证合法拥有提供本合同约定服务的资格，并且其已获得所有必需的资格或许可。因乙方主体瑕疵给甲方带来损失的，乙方应当双倍赔偿本合同约定的费用，如甲方有其他损失的乙方应当实际赔偿。
	3. 应乙方要求,甲方应向乙方提供其营业执照、经营资格或许可证书、有关机关对乙方服务所涉及的甲方产品质量的证明文件以及乙方为进行服务之目的或根据有关法律法规要求甲方提供的其他文件的复印件。
	4. 乙方须保证其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。
	5. 乙方须保证其提供的广告服务的合法性。如因乙方在服务过程中提供的本合同项下的任何工作或服务涉及到第三方的合法权益，尤其是知识产权、肖像权的，则由乙方负责取得，如造成侵权的，由乙方承担由此而发生的一切法律责任。
	6. 乙方须保证其所提供的服务不违反《广告法》等相关法律法规，不侵犯其他任何第三方的合法权益,不构成其在其他合同项下的违约，否则由此导致的任何争议、诉讼、行政处罚等由乙方负责，若因此给甲方造成损失的，乙方须承担相应的赔偿责任。乙方在本合同规定的范围内，应采取必要的措施保护甲方的利益，以便使甲方免于因购买乙方的服务而引起的对第三方的侵权责任。
	7. 在本合同签署后及本合同履行过程中，若任何一方违反上述声明及保证或不具备声明及保证的资格，其余各方有权以书面形式解除合同，违约方要对守约方因此遭受的损失承担法律责任。
3. **知识产权归属**
	1. 由乙方履行本合同所创作的创意绘图、广告脚本，宣传片、广告片和其他项目或资料的所有权（包括但不限于版权等知识产权）均属于甲方所有。对于乙方不拥有版权的项目或资料, 如对其版权之使用有任何限制, 乙方应在对其进行使用前书面告知甲方。如因乙方提供的资料而引起法律纠纷，其相关责任全部由乙方自行承担，甲方不承担由此产生的任何责任。
	2. 乙方需确保使甲方得到其他由第三方制作的资料的版权和其他此类权利。
	3. 因本合同目的而涉及的商标权、使用权、著作权、专利权、肖像权等第三方法律权利，概由乙方负责取得，并由乙方承担由此发生的一切法律责任。乙方应就第三方法律权利的取得向甲方作出说明。甲方如认为必要，可要求乙方出示取得有关第三方法律权利的证明。
	4. 权利瑕疵担保条款：乙方应保证其向甲方提交的成果（包括阶段性和最终性成果）及乙方为实现该成果所使用的必要方法不侵犯第三人的合法权益。甲方因使用乙方提交的成果被第三人指控侵权、提出异议或权利主张的，乙方应当积极协助解决，并按照合同约定承担违约责任。甲方因此遭受的经济损失，由乙方承担赔偿责任。
4. **保密**
	1. 乙方因签订、履行本协议而获悉甲方的所有资料和信息，包括但不限于公司制度、管理流程、房地产项目开发信息、财务信息、客户信息、产品策略、营销方案、定价政策、招投标文件、合同、函件、图纸、会议纪要、甲方掌握的竞争对手信息与行业信息等技术、商业和经营管理等信息，以及虽属于第三方但甲方负有保密义务的技术、商业和经营管理等信息，除非在公众能通过合法途径公开获取，或者甲方在特定书面声明属于公开信息或非保密信息，否则均属甲方的保密信息；
	2. 乙方履行本协议而完成的工作成果，知识产权归甲方所有，亦属于甲方的保密信息，未经甲方同意许可，乙方不得将前述项目成果或资料在其他项目中使用；
	3. 在本协议期限内以及合同终止后，乙方对所知悉的上述信息负有保密义务应本着谨慎、诚实的态度，采取必要、合理的措施，防止信息扩散。除非经过甲方事先书面同意，乙方不得向本项目无关的第三方泄露，也不得在本协议业务范围之外的任何目的使用；
	4. 若乙方或乙方员工违反上述条例，甲方有权立即解除本合同，乙方并需按本协议约定承担违约责任。乙方上述保密义务的期限，从乙方知悉该资料或信息之日起，直至公众可通过合法途径获得、知悉相关资料、信息之日止。
5. **转让条款**

未经甲方事先书面许可，乙方不得向第三方或其关联企业转让或分包本合同项下的任何工作及相关权利、义务。

1. **违约责任**
	1. 乙方有下列情形之一的，每次应向甲方支付违约金2000元，甲方并可书面通知乙方解除本合同；甲方因此所遭受的实际损失超过违约金的，乙方应按实际损失进行赔偿：
		1. 未经甲方同意，乙方单方面撤换附件二中所列乙方专案服务小组人员的；
		2. 违反本合同第5条第2、3项的；
		3. 乙方违反本合同第10、11条的；
		4. 甲、方对乙方进行月度服务评估，乙方累计三个月评估结果不合格的；
		5. 乙方的工作不能满足甲方的要求或乙方不能按合同约定按时完成各项工作；

除本协议另有约定外，乙方违反本协议任何约定，经甲方提出后3个工作日内仍未改正的。

* 1. 乙方发布涉及甲方的新闻、报道、图片及其他信息时，应提前通知甲方并征得甲方同意。乙方不得发布/转载有损甲方商誉或对甲方产生不利影响的信息。如乙方违反本约定，每发生一次，乙方应当承担不低于本合同累计已付价款的20%。
	2. 乙方未按要求配备驻场服务人员或配备的驻场服务人员无法满足现场实际工作需求，应向甲方支付违约金5000元/月，甲方并可书面通知乙方解除本合同。
1. **合同的解除和终止**
	1. 若遇甲方项目的停建或延建，甲方有权书面通知乙方后解除本合同，甲方根据乙方实际工作量结算并支付乙方相费用，双方互不承担违约责任。
	2. 甲方根据公司实际经营需要，经事先以书面或其他方式通知乙方，有权部分或全部取消本合同项下的服务内容，该等情况不视为甲方违约，甲方根据乙方的实际工作量结算服务费，除此以外，甲方不承担其他任何责任。
2. **不可抗力**
	1. 如果因为超出一方合理控制的事件的发生且该方于本合同签署之时不可能预知，该等事件的发生且是不能避免并不能克服该等事件或其结果，致使该方不能履行其于本合同项下的义务，则该方的延迟或未履行其于本合同项下的义务的行为应予免责。不可抗力事件包括但不限于： 战争、火灾、洪水、地震、风暴、潮水或其他自然灾害以及本协议双方不可预见、不可避免并不能克服的其他因素和事件。
	2. 本合同任何一方因不可抗力不能履行本合同规定的全部或部分义务，该方应在72小时内通知合同另一方，并须在不可抗力发生后10个工作日内以书面形式向对方提供详细情况报告、不可抗力对履行本合同的影响程度的说明以及由权威机构签署的有效证明文件。发生不可抗力事件，本合同任何一方均不对因不可抗力无法履行或迟延履行本合同义务而使对方蒙受的任何损失承担责任。但遭受不可抗力影响的一方有责任尽可能及时采取适当或必要措施减少或消除不可抗力的影响。
	3. 在不可抗力事件发生后，在乙方没有恢复至正常状态的前提下，甲方有权选择其他服务商提供本合同项下的服务。如果不可抗力事件已持续1个月，合同任何一方有权通过书面形式告知另一方终止本合同或本合同的部分条款。
3. **适用法律**

本合同根据中华人民共和国法律签订。本合同的签订、生效、履行及争议解决应适用中华人民共和国法律。

1. **争议的解决**
	1. 如甲、乙双方发生纠纷，应友好协商解决。如一方违约，应当承担违约责任。
	2. 如甲、乙双方发生纠纷且无法友好协商解决，任何一方均有权向甲方所在地之人民法院起诉。
2. **合同的生效**
	1. 本合同经甲乙双方授权代表签字并加盖公章之日起正式生效。
	2. 本合同附件作为合同中对乙方工作要求、服务内容、工作进度、人员配备等方面的详细阐述，是本合同不可分割的一部分，与本合同具有同等法律效力。
3. **其他**
	1. 根据本合同规定发出的所有通知或其他通讯、联系均应采用书面方式，经专人递送、传真、挂号信件或特快专递服务送至本合同记载的通讯地址，即视为送达。乙方的通 讯地址为：【 】，电话号码为：【 】。甲方依本地址向乙方发送有关信函文件，以快递邮件、挂号信形式发出的，在该通知投寄之日起3个工作日内即视为送达；以专人送递的，则一经实际签收即视为送达。
	2. 乙方之联系资料如有更改，包括地址、电话、传真、银行资料、联系人员等，应在更改后及时以书面方式通知甲方。如乙方变动地址后未告知甲方变更联系地址及方式的，则甲方向原地址发出的通知经过前款规定时间后即视为送达。
	3. 本合同任何未尽事宜，双方可进行进一步的协商，达成补充协议。该等补充协议构成本合同不可分割的一部分，具有同等法律效力。
	4. 本合同正本一式【陆】份，甲方【肆】份，乙方【贰】份，每份具有同等法律效力。

|  |  |
| --- | --- |
| **甲方：**  | **乙方：**  |
| 法定代表人或授权代表： | 法定代表人或授权代表： |
| 日期：  | 日期：  |

**附件一：**

**乙方向甲方提供的广告服务内容**

**所有与品牌推广、销售和宣传相关的市场研究、营销策略、宣传推广、创意设计等内容，包括但不限于以下范围：**

1. **市场研究**

竞争市场的特征研究、市场客户分析、市场应对策略拟定、产品建议等

1. **品牌战略构建**

品牌战略、品牌塑造及品牌提升

1. **广告定位**
2. 市场定位：物业市场定位、消费群体定位
3. 功能定位：项目功能定位、自身功能定位
4. 形象定位：项目形象定位、目标客户群形象定位
5. **广告策略及创意构想**
6. **传播与媒介策略的制定**
7. 媒体广告实施
8. 媒体传播策略及分阶段传播策略的制定
9. 媒体投放计划及分阶段媒体投放计划与组合
10. 媒体投放预算控制
11. 媒介炒作计划的制定、实施、监控及调整
12. **促销活动策略及工具选择**
13. **公共关系策略（含各类公共关系活动、新闻炒作等策划）**
14. **分阶段广告策略的制定**
15. 进入市场的时机与姿态
16. 调整与控制策略
17. 分阶段目标制定
18. 分阶段战术安排
19. **整合营销传播阶段性策略与组合**
20. **项目全程跟进服务**
21. 各阶段整体策划案
22. 软文、文案撰写
23. 上月推广总结月报及下月营销推广方案建议
24. 各营销活动落地现场执行
25. 各营销活动、销售节点后续追踪及效果评估及方案
26. 视频拍摄及后期策划剪辑
27. **实行例会制**
28. **实行专案小组制**
29. **品牌识别系统建立与设计**
30. 基础系统设计
31. 标志
32. 标准字体
33. 标准色
34. 象征图形与吉祥物
35. 标准组合
36. 应用系统设计
37. 展示系统设计
38. 地盘形象设计
39. 工地、项目展示围挡（画面及造型设计）
40. 工地广告牌
41. 现场包装
* 导示系统
* 项目价值
* 企业品牌墙
* 氛围营造
* 项目各活动现场物料设计（包含活动现场摄影、摄像及后期小视频剪辑）
1. 售楼形象展示
2. 销售形象展示
* 售楼处内部软装及形象概念设计方案
* 销售中心形象背景牌及接待部分
1. 外卖场展示
* 形象及销售氛围营造
* 看房通道
1. 事务用品系统
2. 工作证（胸牌）设计
3. 名片
4. 便笺、笔
5. 纸杯
6. 手提袋
7. 档案袋
8. 定制礼品包装设计、概念方案
9. 导示系统设计
10. 样板间
11. 售楼部（内外）
12. 户外广告类
13. 路牌广告
14. 电梯框架
15. 匝道
16. 高炮
17. 现场导示牌
18. 项目全程宣传物料实施
19. 售楼书设计（含楼书、单张、户型折页等）
20. 项目价值展板设计
21. 项目销售公示类展板设计
22. 其它宣传品的设计
23. 以上设计制作包含用纸张工艺建议。

**附件二：**

**服务团队架构要求及相关人员简历**

**预估服务为整体区域形象树立+单一项目策略顾问工作，驻场团队不少于1人（原则上为项目负责人）**

1. **顾问团队**（公司营销总监、设计总监，参与项目重要节点工作）
2. **项目负责人1名**（负责总体项目把控，具有大型项目营销操盘经验，能更好的配合项目营销工作的开展）
3. **高级策划1名**（负责营销策略）
4. **文案1名**
5. **创意设计1名**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **职位** | **姓名** | **个人简介** | **备注** |
| **顾问团队** |  |  | 参与项目重要节点工作 |
| **项目负责人1** |  |  | 常驻案场（不少于1人） |
| **高级策划1** |  |  |
| **文案1** |  |  |
| **创意设计1** |  |  |