

旬邑秦脆苹果区域公用品牌发展战略规划服务

合同书

委托人（甲方）：旬邑县果业服务中心

受托人（乙方）：浙江农本品牌管理咨询有限公司

项目名称：旬邑秦脆苹果区域公用品牌发展战略规划

委托人（甲方）旬邑县果业服务中心

受托人（乙方）浙江农本品牌管理咨询有限公司

签订日期：2025年9月18日

委托人（甲方）： <u>旬邑县果业服务中心</u>	
住所地：	<u>旬邑县西大街</u>
统一社会信用代码：	<u>126104297521413917</u>
项目负责：	手机：
	传真：
受托人（乙方）： <u>浙江农本品牌管理咨询有限公司</u>	
住所地：	<u>杭州市石桥路 279 号经纬国际创意园 16 号楼 C 座 103</u>
开户行：	<u>中国农业银行杭州浙大支行</u>
户名：	<u>浙江农本品牌管理咨询有限公司</u>
账号：	<u>19042501040008168</u>
项目负责：	贾泉
	手机： <u>139 580 77895</u>
	电话/传真： <u>0571-87970771</u>

一、合作总则

甲方委托乙方开展旬邑秦脆苹果区域公用品牌战略规划服务。经双方平等协商，在真实、充分地表达各自意愿的基础上，根据《中华人民共和国民法典》的规定，达成如下合作，并由双方共同恪守。

二、合作内容

（一）项目目标

立足旬邑苹果产业现状，挖掘地理文脉，确立品牌定位，提炼品牌口号，创意品牌形象，规划产品体系（含包装规范）与品牌传播体系（品牌符号及应用规范），构建品牌管理机制，规划集产品战略、产业战略和区域经济战略为一体的旬邑苹果品牌建设体系，为旬邑秦脆苹果品牌打造提供行动纲领与指南。

（二）项目内容

1、战略研究

1) 产业研究：研究政策，分析产业，检索资源，研判旬邑秦脆苹果品牌机会。

2) 产品研究：研究旬邑秦脆苹果产品。

3) 市场研究：调研市场，为品牌定位提供相关支持。

2、品牌规划

1) 设计品牌化模式

根据调研和相关研究，设计旬邑秦脆苹果品牌化模式，明确品牌化方向，确立品牌建设核心思路。

2) 提炼核心价值

基于研究和分析，确立品牌定位，针对市场需求，挖掘产品文脉，构建品牌价值体系，提炼区域公用品牌广告语和品牌价值支撑。

3) 设计品牌传播体系

创意设计品牌标志，设计区域公用品牌形象的基础规范体系，如标志、标志标准组合、标准色彩、标准字、辅助图形等；设计品牌形象的应用规范体系，如办公应用规范、传播应用规范、终端应用规范等，共同构成品牌传播应用手册主要内容。

4) 规划产品、规范包装

规划产品体系，规范品牌形象应用，设计涵盖礼盒、转运箱、提货卡等在内的产品包装规范体系。

5) 构建品牌管理组织体系

依据品牌定位和战略目标，结合实际，构建品牌管理组织体系。

6) 完善品牌管理规范体系

综合已有相关管理规范，完善旬邑秦脆苹果区域公用品牌管理规范体系，促进品牌健康有序发展。

3、推广策略

制定旬邑秦脆苹果区域公用品牌推广策略，策划确立阶段性推广目标及推广内容，建立包括产品传播、渠道传播、网络传播和活动推广等在内的传播体系，设计品牌推广所需的宣传物料应用制作规范，可为旬邑秦脆苹果品牌宣传片等宣传物料的制作提供指引和规范。

4、项目建议

依据战略目标，结合实际，规划品牌战略实施的相关项目工程（如质量追溯体系等相关项目）。

5、顾问咨询

开展战略宣讲；提供品牌形象应用培训指导；合作当年，提供品牌上市宣传推广指导；积极引荐品牌建设所需的资源与平台。

三、权利义务

1、甲方权利和义务

1) 有权向乙方了解工作进度及对方案提出意见和建议。

2) 有权从乙方获取完整的规划设计成果。

3) 协调相关部门推进款项支付程序，按本合同约定及时办理付款手续。

4) 指派专人与乙方接洽，提供规划设计所需相关资料。根据乙方调研需要，协调县内相关部门或单位，落实实地考察、访谈及座谈会组织工作。《旬邑秦脆苹果区域公用品牌发展战略规划》如若涉及到产品质量管控及标准体系制定等专业内容，由甲方协调安排相应专业人员参与。

5) 及时组织规划成果交验工作。

2、乙方权利和义务

1) 有权按照合同约定向甲方收取服务费用。

2) 有权从甲方获得规划设计所需的相关文件、资料，对甲方提供的信息严格保密，未经甲方书面同意，不得向任何第三方披露。

3) 为本项目配备具有相应水平、特定经验专业人员，及时与甲方对接推进。

4) 确保所开发的创意设计成果均为原创，提供完整的品牌知识产权保护所需内容；在甲方付清全部款项后，规划成果的知识产权归甲方所有。

5) 及时提交以下成果：

(1) 《旬邑秦脆苹果区域公用品牌发展战略规划》（文本 5 套及优盘 5 套）

文本内容主要涵盖：战略背景方面，如政策环境分析、行业分析、产业发展与品牌建设现状、品牌战略方向等。规划总体思路方面，如指导思想、规划原则、规划依据、战略总目标及阶段目标、战略路径等。战略规划与实施方面，如品牌定位、符号创意、产品建议、管理架构建议、传播推广策略、产业融合策略等，品牌建设近期推进的行动建议，根据战略目标与核心任务确定重点项目工程等。

(2) 《旬邑秦脆苹果区域公用品牌传播应用手册》（文本 5 套及优盘 5 套）

手册内容主要有：一是基础规范体系，如品牌标志正稿、标志组合规范、标志黑白稿、标准色彩、辅助图形、品牌广告语、价值支撑、印刷字体等。二是应用规范体系，包括办公应用规范，传播应用规范，终端应用规范，产品包装设计规范等，具体根据产品特性、使用情况等确定规范内容。

四、项目周期、项目费用、支付方式及成果验收

1、项目周期：自签约之日起 120 个日历天内完成规划。

2、项目费用：总费用人民币 3000000 元，大写：叁佰万元 整。

3、支付方式：

合同签订后支付合同价款的 30%，规划成果首次汇报前支付合同价款的 40%；规划成果通过甲方组织验收后，甲方付清剩余款项。

乙方提供符合规定的发票后，甲方按乙方以下银行信息支付款项：

开户行：中国农业银行杭州浙大支行

户名：浙江农本品牌管理咨询有限公司

账号：19042501040008168

4、双方按以下方式对乙方规划成果进行验收：

1) 验收方式: 成果汇报会

2) 验收地点: 协商约定

五、违约责任

双方通过电话、邮件、会谈等方式,保持信息畅通,及时互通有无,避免因沟通不畅出现争议。

如因甲方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定,影响工作进度和质量,逾期接受工作成果的,支付的报酬不得追回,未支付的报酬应当支付;乙方未按约定完成工作成果的,应当承担免收报酬的违约责任。

双方任何一方由于不可抗力的原因不能履行合同时,应及时向对方通报不能履行或不能完全履行理由;在取得有关机关证明以后,允许延期履行、部分履行或者不履行合同,并根据情况部分或全部免除承担违约责任。

六、争议处理

双方因履行本合同而发生的争议,应协商、调解解决。如协商不成,可向仲裁机构申请仲裁或向旬邑县人民法院提起诉讼。

七、其它

1、双方约定本合同其它相关事项为: 无。未尽事宜双方另行协商约定。

2、本合同一式 四 份,甲、乙双方各执 二 份,双方签字盖章后生效。

甲方(盖章)

法定代表人或授权代表

(签字/盖章)



乙方(盖章)

法定代表人或授权代表

(签字/盖章)



2025年 9 月 18 日

2025年 9 月 18 日