大荔冬枣品牌升级战略规划

合同书

委托人（甲方）：大荔县农业农村局

受托人（乙方）：浙江农本品牌管理咨询有限公司

项目名称：大荔冬枣品牌升级战略规划

委托人（甲方）大荔县农业农村局

受托人（乙方）浙江农本品牌管理咨询有限公司

签订日期：2026 年 10 月 23 日

委托人（甲方）：	**大荔县农业农村局**		
住所地：	陕西省渭南市大荔县北环路 78 号		
统一社会信用代码：	116105230160293 26R		
项目负责：	帖根龙	手机：	15029651966
		传真：	0913-3261850

受托人（乙方）：	**浙江农本品牌管理咨询有限公司**		
住所地：	浙江省杭州市拱墅区上塘街道皋亭坝 3 号		
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		
项目负责：	贾枭	手机：	13958077895
		电话/传真：	0571-87970771

一、合作总则

甲方委托乙方开展大荔冬枣品牌升级战略规划编制服务工作。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

立足大荔冬枣产业现状，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大荔冬枣品牌建设体系，为大荔冬枣品牌升级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，研判大荔冬枣品牌战略机会。

（2）产品研究：研究大荔冬枣产品。

（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）设计品牌升级模式

根据调研和相关研究，设计大荔冬枣品牌升级模式，明确升级方向，确立品牌建设核心思路。

（2）优化提升品牌核心价值

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，优化提炼大荔冬枣区域公用品牌广告语和价值支撑。

（3）设计优化品牌传播体系

创意优化设计品牌标志，设计大荔冬枣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，共同构成品牌手册的主要内容。

（4）规划产品、规范包装

规划产品体系，规范品牌形象应用，设计产品包装规范体系。

（5）优化品牌管理组织体系

依据品牌定位和战略目标，结合大荔实际，优化品牌管理组织体系。

（6）完善品牌管理规范体系

综合已有相关管理规范，完善大荔冬枣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

制定大品牌推广策略，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。

4.项目建议

依据战略目标，结合实际，规划大荔冬枣品牌升级战略实施的相关项目工程。

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）项目成果

1.《大荔冬枣品牌升级战略规划》（印制 5 套及优盘 5 套）。

2.《大荔冬枣品牌传播应用手册》（印制 5 套及优盘 5 套）。

3.项目成果在纸质版外，提供相应的电子稿各五套，电子稿以优盘为存储介质；电子稿的文件格式须满足甲方的使用要求：文本电子稿须要提供常用的格式，设计手册电子稿须要提供相应的矢量文件格式和图片文件格式。

4.项目成果知识产权：项目成果的知识产权自甲方付清全部款项之日起归甲方所有，乙方保留成果署名权；乙方确保规划创意设计的原创性，若乙方规划的创意设计侵犯第三方已有知识产权，则由乙方自行承担侵权责任后果，并承担甲方因此遭受的相关损失。

三、双方权利义务

1.甲方权利和义务

（1）有权了解乙方工作进度，有权对规划提出意见和建议，乙方应及时回复并吸取甲方合理意见进行修改完善。

（2）有权从乙方获取完整的规划设计成果。

（3）按本合同约定的时间、金额及条件及时办理付款手续。

（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。规划如若涉及到产品质量管控及标准体系等相关专业内容，由甲方协调安排相应专业人员参与编制。

（5）及时组织规划成果交验工作。

2.乙方权利和义务

（1）按照合同约定向甲方收取服务费用。

（2）从甲方获取规划设计所需的相关文件、资料。

（3）为本项目配备具有相应水平、特定经验的专业人员，及时与甲方对接推进。

（4）确保所开发的创意设计成果的原创性，提供完整的品牌知识产权保护所需内容。

（5）及时提交以下成果:

①《大荔冬枣品牌升级战略规划》（印制 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、融合发展策略等，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《大荔冬枣品牌传播应用手册》（印制 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：自本合同生效之日起 120 日历天内，乙方完成全部规划编制工作并向甲方提交最终成果。因甲方原因（如推迟调研、延迟提供资料、逾期反馈意见、推迟验收等）导致项目进度延误的，项目周期相应顺延，乙方不承担任何违约责任。

2.项目费用

总费用人民币 **3000000.00 元**，大写：叁佰万元整。

3.支付方式

本合同生效后 5 个工作日内，支付合同总金额的 40%；规划汇报前 10 个工作日内，支付合同总金额的 30%；规划正式成果提交后 10 个工作日内，支付合同总金额的 30%。

4.支付信息

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

5.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

（3）验收认定：

双方商定由甲方组织相关单位和部门召开专题汇报会验收（通过以会议纪要为准）；或邀请专家评审验收（通过以评审专家签字的书面验收报告为准）。汇报验收需优化完善的内容，甲方应在会后书面列明具体明确合理的修订要求，乙方收到此要求后 10 个工作日内吸取合理意见进行优化完善并重新提交甲方，甲方在收到修正稿后 5 个工作日内完成复核，复核无异议即通过验收。

若甲方收到乙方汇报或验收请求后，三个月内未通知乙方安排规划汇报，或超过三个月未组织验收评审，均视同成果验收合格。

五、违约责任

双方应通过电话、邮件、会谈等方式保持信息畅通，专人对接项目推进事宜，及时沟通项目推进事宜，避免因沟通不畅产生争议。

1. 甲方违约责任

甲方因自身原因未按合同约定支付款项的，每逾期一日，按合同总金额的万分之三向乙方支付违约金；逾期超过 30 日的，乙方有权单方解除本合同，甲方除按前述标准支付违约金外，还应向乙方支付合同总金额 10%的违约金；因甲方原因导致项目逾期推进、甲方逾期接受工作成果的，乙方不承担任何责任，甲方已支付的报酬不予退还，未支付的报酬仍应按约支付。如乙方未按约定期限完成，甲方付款时间相应顺延，且甲方不承担违约责任。

2. 乙方违约责任

乙方因自身原因逾期完成项目规划成果的，每逾期一日，按合同总金额的万分之三向甲方支付违约金；逾期超过 30 日的，甲方有权单方解除本合同，乙方应向甲方全额退还已收款项，除按前述标准支付违约金外，还应向甲方支付合同总金额 10%的违约金。因乙方原因导致未按本合同约定完成工作成果，承担免收报酬的违约责任。

六. 不可抗力

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；因不可抗力事件导致合同迟延履行或不能履行的，受影响方不承担违约责任，但应在不可抗力事件发生之日起五日内向对方通报说明。若不可抗力事件持续超过三十日，任何一方均有权书面通知对方解除本合同，双方互不承担违约责任。

七、争议处理

双方因履行本合同而发生的争议，可协商、调解解决。如协商不成，任何一方均有权向其住所地人民法院提起诉讼。

八、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. 本合同一式肆份，甲、乙双方各执贰份，自双方法定代表人或授权代表签字并加盖公章（或合同专用章）之日起生效，合同有效期至双方履行完毕全部权利义务之日止。

甲方（盖章）

法定代表人或授权代表

（签字）

2026年10月23日

乙方（盖章）

法定代表人或授权代表

（签字）

2026年10月23日

（以下无正文）