大荔大闸蟹产业品牌化发展战略规划

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：大荔大闸蟹产业品牌化发展战略规划

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 21 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：	11610523016029326R		
项目负责：	帖根龙	手机：	15029651966
		传真：	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大闸蟹产业品牌化发展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

立足大荔大闸蟹产业现状，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大闸蟹产业品牌建设体系，为大荔大闸蟹产业品牌化发展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，研判大荔大闸蟹产业战略机会。

（2）产品研究：研究大荔大闸蟹产品。

（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）品牌化模式设计

根据实地调研和综合研究，设计大荔大闸蟹产业品牌化模式，明确品牌化方向，确立品牌建设核心思路。

（2）核心价值挖掘

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，提炼品牌广告语和价值支撑。

（3）设计品牌传播体系

设计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）构建品牌管理组织体系

依据品牌定位和战略目标，结合大荔实际，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，规划品牌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.《大荔大闸蟹产业品牌化发展战略规划》（印制5套及优盘5套）。

2.《大荔大闸蟹产业品牌传播应用手册》（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《大荔大闸蟹产业品牌化发展战略规划》（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《大荔大闸蟹产业品牌传播应用手册》（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21日

乙方（盖章）

法定代表人或授权代表（签字）

2026年10月21日

（以下无正文）