# 最新网站营销方案策划书汇总

来源：网络 作者：流年似水 更新时间：2025-02-21

*最新网站营销方案策划书汇总一xx茶业有限公司有xx茶业源于xx世家，传承世代茶人的制茶工艺，秉持祖辈勤、诚、朴、实的优良传统，追求天、地、人合一的制茶之道，用心做好茶。xx茶业有限公司成立于上世纪九十年代初，立足xx，香传中华，广纳贤才，带...*

**最新网站营销方案策划书汇总一**

xx茶业有限公司有xx茶业源于xx世家，传承世代茶人的制茶工艺，秉持祖辈勤、诚、朴、实的优良传统，追求天、地、人合一的制茶之道，用心做好茶。

xx茶业有限公司成立于上世纪九十年代初，立足xx，香传中华，广纳贤才，带着弘扬世家铁观音的理想，在铁观音发源地xx县xx镇，建立规范化的茶叶基地及加工生产线，实施传统工艺，与现代工艺相结合，规模化生产，品牌化运营战略，经过十几年的发展，目前有茗堂产品享誉业界，成为中高档茶的代表，茶叶经销网点遍布全国各地及东南亚国家。

xx茶业在不断提升产品的品质、品牌、品味、同时始终以用心做好茶的经营理念一步一个脚印，打造中高端茶业品牌，实现有茗堂茶人愿景，香传中华、誉满全球。

xx在消费者眼中已成为高档贵气、文化味浓、品质纯正的体质的代名词！茶作为21世纪的主流饮料，必将有广阔的契机。顺应市场潮流，以传播中国茶文化、推动茶文化的发展为已任，为全球消费者提供最优质的茶与最专业的服务，努力将绿叶茶香品牌打造成茶领域的航空母舰！

茶叶本质上是农副产品，应该遵循这个行业发展的内在规律。一个现实的路径是茶区把这些繁杂的小牌子统一起来，重点培养、扶植一两个具有竞争优势的品牌。在国际茶叶市场上，由于绿色壁垒影响和品牌问题，尽管我国茶叶出口量一直在增长，但价格却在下降。

我国有众多名茶，但名茶并不等于名牌，茶业强势品牌的缺失已成为我国茶行业发展的障碍。中国茶业要加大名茶转化为名牌的工作力度，关键是增强知识产权意识和品牌意识，尽快形成中国茶业的名茶、名乡、名牌完整的品牌系列。

到目前为止，只有今年1月国家商标局首次评定xx茶叶为中国驰名商标。但茶消费已从“传统”走向“现代”，在很长一段时期内，花茶的消费一直占据着北方茶叶消费份额的茶叶营销策划方案以上；而现在，这个比重已下降到不足60%，绿茶、乌龙茶、普洱茶等迅速成为北方地区的消费新宠。

与此同时名优茶的发展也呈跳跃式发展。有机茶热也成为近几年茶消费的一个热点。另外，功能性保健茶也成为茶消费的新趋势。因此这对xx茶叶有限公司是一个很好的发展机遇。我们将把握这个良好的竞争态势充分利用自身优势来进行发展。

目前我国茶叶出口主要以原料茶为主，自主品牌少，而且茶叶企业实力不强，为了扩大我国茶叶在国际市场的份额，培育更广泛的茶叶市场，国家应改建立茶叶推广基金，在全球市场上推广中国茶，为茶叶企业开拓市场营造良好的经营环境。

自20世纪90年代中期，xx集团推出了冰茶以来，人们开始认识并接受茶饮料。茶饮料是所有饮料类别中增长最快的。人均gdp高的城市明显高于低的城市，去年茶饮料全国市场渗透率达32.6%，仅次于碳酸饮料和包装水饮料。

调查显示，中国的茶饮料市场暂时还是xx等几家大企业的天下。从中国茶叶流通协会得到证实，今年茶饮料产销量将在400万吨以上，预计比去年增长50%左右，并且有80%的产销量将集中在xx等几个大品牌上。

今年茶饮料市场依然处于垄断竞争的格局。尽管如此但目前消费者的需求也变得多元化，特别是一些中青年对喝茶的喜好日益增长，从长远来看消费者的选择会变得多元化。这就为中国茶饮料开拓市场择偶暗道了一个有利的时机。

初级目标：利用可操作性的方案，将xx休闲茶庄建设成为网站中最专业最全面最具有发展潜力的网站。1年内实现日访问量达到4000，注册会员达到5000以上，每日光顾本茶庄的顾客数量达到200位。网站被链接的数量超过十个，能登陆十个主要搜索引擎网站。

终极目标：寻找准确的访问者，一切从访问者出发，以顾客利益为目的，争取实现每个访问者都能成为自己的顾客或者潜在消费者以及顾客。增加xx在消费者心中的地位，提高它的知名度与美誉度，为xx树立良好的品牌形象与吸引更多的消费者，增加茶的销售数量。

这里将xx休闲茶庄网站推广分为四个阶段，每个阶段三个月左右，分别为：网站策划建设阶段、网站发布初期、网站增长期、网站稳定期。针对每个不同的时期制定了不同的营销方案，现就对本公司制定的具体的网络营销方案如下：

1、网站策划建设阶段：

首先应对网站的总体结构进行规划，具体包括网站栏目的设置、网页的布局、网站导航、网址层次结构等信息的结构表示。

xx网站的一级栏目为5个，栏目层次为三级，其网站的主页主要以简单、清晰、古典为主，其背景颜色也主要体现了古典的感觉，顾客重点了解的内容我们会更加详细的列出，比如茶业的新闻、彻夜的质量与价格，目的是让消费者能更快的找到自己需要的信息。

其次就是网站的内容，网站内容包括所有可以在网上被用户通过视觉或听觉感知的信息，如文字、图片、视频、音频。

因此的核心内容主要有：茶庄介绍、联系我们、社会责任、品牌介绍、茶文化。

网站功能是为了实现发布各种信息、提供服务等必要的技术支持系统。如要实现xx网站信息发布的功能就要通过公司的动态、媒体报道、茶信息、售后服务信息等表现出来。要实现在线帮助的功能就需要faq、问题提交、在线及时信息的技术支持。

之后就是网站的服务，xx网站服务的内容包括：公司信息、顾客服务、常见问题解答、在线问题咨询、及时信息服务等，如要了解xx的诚信状况就可以通过了解公司信息或者在线问题咨询。xx在其网站推广的初级阶段主要的策略为电子邮件推广。电子邮件是最有效的网络许可营销方法之一。

分为：广告邮件、电子杂志两种。前者通过广泛发布邮件信息获得第一注意力；后者通过用户许可，获得定期、定向宣传效果，起到事半功倍的效果；xx将每周给网站注册者发送电子邮件通讯。

通讯中提供行业的新闻和服务信息，并链接回公司网站。每月制作电子杂志，免费向会员的电子邮箱发送，同时放倒各类电子杂志网站免费让网友免费下载阅读。同时宣传网站。再次就是关于网站优化设计的贯彻实施，这方面主要是通过顾客的意见来对网站进行优化，主要包括网站内容的优化、网站结构的优化以及网站服务的优化。

最后是网站的测试和发布准备，对xx网站的测试可以通过网上调研、在线问答，还可以通过线下调查等方式来对网站发布进行测试。

对网站发布的准备主要包括：计划建立和推广网络品牌的途径、推广费用以及具体的推广方法：在这方面xx还需要进行进一步的调查研究与核算。

2、网站发布初期：

可以采用搜索引擎的推广方法，统计表明，50%以上的自发访问量自于搜索引擎；有效加注搜索引擎是注意力推广的必备手段之一；加注搜索引擎既要注意措辞和选择好引擎，也要注意定期跟踪加注效果，并做出合理的修正或补充；xx搜索引擎的网站主要是全国知名的网站，如：xx等，此外我们还会注重信息发布的准确与及时。通过对xx进行引擎的搜索尽快提升网站访问量，获得尽可能多的用户的了解。

3、网站的增长期：

增长期的营销应制定和实施更有效的、针对性更强的推广方法，xx主要采用下面几种方法来增加网站的访问量。

首先是广告策略，广告是注意力营销和推广强有力的手段，包括网上广告和网下广告，网上包括付费广告，互换广告，友情连接等方法；xx会在主要的电视台的黄金时间推出本公司的广告如xx等：本公司的广告主要推销产品的服务与质量，广告内容真实可信。

其次是网下推广法网下推广方式多样，除广告外还包括：确定网站ci形象，宣传标识，口碑传递，参加公益活动，活动赞助，派发小礼品、传单、作小型市场调查，相关单位机构合作等；如：资助希望小学、支持主要大学或者社会单位的活动赞助、与公关公司合作以树立和维护公司的良好形象。

此外还可以建立联盟策略，首先实现同类网站互通有无，建立同盟，并做到唯我马首是瞻；其次，建立同行业（文化产业）同类型（互动社区）的网站联盟，做到互为宣传，互为推广。

4、网站的稳定期：

保持用客户数量的相对稳定，加强内部运营管理和控制，提升品牌的综合竞争力。在这个时期xx可以继续通过广告方式维护本公司的知名度；必要时可以对广告进行更新以及发布一些公益广告，来增加xx休闲茶庄在消费心目中的印象。

另外xx还可以通过信息发布平台来推广网站，将xx现有的有价值的信息直接登陆到各大信息发布平台，既可以提高xx品牌的认知程度，还可以直接寻找商业机会或传统业务合作机会：在网站推广过程中扮演注意力营销和实际营销两个角色。

此外在这一时期还可以通过数据库策略来未出顾客的数量；具体可以设置为，调查：在网页上搞一些小调查，问一个有趣的问题，让访客投票。

有奖活动：持续的搞一些有奖活动，奖品不必太贵重，只要对你的访客来说稍有用即可。

小测验：要有小测验，每周公布答案；等一些有去的方式来吸引消费者。

对于企业网站的定位首先要基于其公司的市场定位，xx公司的市场定位很广，主要定位于喜欢茶叶的各个年龄阶段的朋友们，因此它没有年龄阶层的限制。因为建立站点的目的是推广网站、增加网上网下的产品服务、增加企业的品牌形象。明确了建立站点的目的，接下来就应该确立站点的市场。

xx是基于推广产品服务和联系客户为目的的站点，因此需要有更多用户和潜在用户的访问。这就需要考虑目标访问者的需求，根据xx休闲茶庄的实际情况可以分析出其消费者主要是想得到更好的服务。因此网站推广主要应该突出产品服务的方面。

对主要网站推广措施的效果进行跟踪，定期进行网站流量统计分析，必要时与专业网络顾问机构合作进行网络营销诊断，改进或者取消效果不佳。推广手段，在效果明显的推广策略方面加大投入比重。具体可以从以下三个方面进行分析：

1、网站被各个主要搜索引擎收录和排名状况。

2、获得其他网站链接的数量和质量。

3、网站访问量指标的评价。

4、各种网络营销活动反应率指标的评价。

**最新网站营销方案策划书汇总二**

一、确立网站的主题

当今，随着社会的发展和人们生活水平的提高。作为生活必需品。人们对其需求的目标也越来越丰富。因此我所要建立的网站是从事鞋类制品，以满足不同人的需要，明确前进方向。

二、搜集材料

明确主题之后，要围绕主题开始对主题相关资料的搜索。只有搜索的材料越丰富，网站的访问量才会越多。从而使网站的制作越容易。同时材料既可以从图书、报纸、光盘、多媒体上得来，也可以从互联网上搜集，然后把搜集的材料去粗取精，去伪存真，作为自己制作网页的素材。

三、规划网站

加强对网站的结构、栏目的设置、网站的风格、颜色搭配、版面布局、文字图片的运用等方面的调节。熟练把握网站技巧和颜色的搭配。使制作出来的网页更具特色和个性。更加吸引别人的注意。

四、选择适当的制作工具

尽管选择什么样的工具并不会影响你设计网页的好坏，但是一款功能强大、使用简单的软件往往可以起到事半功倍的效果。网页制作涉及的工具很多。有许多可能我们还并不熟悉。我认为对于初学者而言，除了要学会最基本的网页编辑工具dreamwear以外，像图片编辑工具，如photoshop。动画编辑工具，如flash。特效工具等建立网页最基本的东西应该掌握。这样才能灵活的把握网站的主题。

五、制作网页

材料有了，工具也选好了，下面就需要按照规划一步步地把自己的想法变成现实了，这是一个复杂而细致的过程，一定要按照先大后小、先简单后复杂来进行制作。所谓先大后小，就是说在制作网页时，先把大的结构设计好，然后再逐步完善小的结构设计。所谓先简单后复杂，就是先设计出简单的内容，然后再设计复杂的内容，以便出现问题时好修改。在制作网页时要多灵活运用模板，这样可以大大提高制作效率，提高页面的美观效果。

六、上传测试

网页制作完毕，最后要发布到web服务器上，才能够让全世界的朋友观看，现在上传的工具有很多，有些网页制作工具本身就带有ftp功能，利用这些ftp工具，你可以很方便地把网站发布到自己申请的主页存放服务器上。网站上传以后，你要在浏览器中打开自己的网站，逐页逐个链接的进行测试，发现问题，及时修改，然后再上传测试。反复测试直至全部测试完毕就可以把你的网址告诉给朋友，让他们来浏览。

七、推广宣传

网页做好之后，还要不断地进行宣传，这样才能让更多的朋友认识它，提高网站的访问率和知名度。推广的方法有很多，例如到搜索引擎上注册、与别的网站交换链接等。

八、维护更新

网站要注意经常维护更新内容，保持内容的新鲜，不要一做好就放在那儿不变了，只有不断地给它补充新的内容，才能够吸引住浏览者。

**最新网站营销方案策划书汇总三**

甲方: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(委托方) 乙方: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(制作方)

甲方在此委托乙方进行公司网站的建设。为明确双方责任，经友好协商，双方达成以下协议：

第一条 项目的内容、价款、开发进度、交付方式

1.合同金额

域名及空间费用合计为一千元。

2.付款方式

合同签订后，乙方完成网站制作并由甲方验收后，一次性支付合同款即一千元。

3.开发周期

甲方在 年 月 日之前，将资料交给乙方。 乙方在 年 月 日之前，完成网站的建设。 甲方在 年 月 日之前，对网站进行验收。

甲方在 年 月 日之前，将合同款汇至乙方帐户。

4.合同期限

本合同有效期为 年 月 日至 年 月 日。

第二条 甲方的权利和义务

1.提供专人与乙方联络。

2.提供所有需要放到网上的资料交给乙方，并保证资

料的合法性。

3.按照附录一的要求，及时支付费用。

4.甲方将在著作权法的范围内使用本合同标的及相关作品、程序、文件源码，不得将其复制、传播、出售或许可给其它第三方。

5.甲方对本合同标的中的网页、图像享有排他的使用权。

第三条 乙方的权利和义务

1.提供专人与甲方联络。

2.按附录一的要求，使用甲方资料，进行网站的开发。

3.在附录一要求的期限内，完成网站的开发，并通知甲方进行验收。

4.在验收期内甲方要求下，对不合格地方进行修改。

5.本合同标的及相关作品、程序、文件源码的版权属乙方所有。

第四条 验收

1.验收标准有以下几条

a.甲方可以通过任何上网的计算机访问这个网站。

b.主页无文字拼写及图片(以甲方提供的材料为准)错误。 c.网络程序正常运行。

第五条 违约责任

1.任何一方有证据表明对方已经、正在或将要违约，可以

中止履行本合同，但应及时通知对方。若对方继续不履行、履行不当或者违反本合同，该方可以解除本合同并要求对方赔偿损失。

2.因不可抗力而无法承担责任的一方，应在不可抗力发生的3天内，及时通知另一方。

3.一方因不可抗力确实无法承担责任，而造成损失的，不付赔偿责任。本合同所称不可抗力是指不能预见、不能克服并不能避免且对一方当事人造成重大影响的客观事件，包括但不限于自然灾害如洪水、地震、火灾和风暴等以及社会事件如战争、动乱、政府行为等。

第六条 保密条款

双方应严格保守在合作过程中所了解的对方的商业及技术机密，否则应对因此造成的损失承担赔偿。

第七条 以上条款如有未尽事疑，经甲、乙双方协商后加以补充 补充内容(手写，需加盖公章)\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

第八条 其它

1.如果本合同任何条款根据现行法律被确定为无效或无法实施，本合同的其他所有条款将继续有效。此种情况下，双方将以有效的约定替换该约定，且该有效约定应尽可能接近原约定和本合同相应的精神和宗旨。

2.附录一规定的有效期满，本合同自动失效。届时双方若愿继续合作，应重新订立合同。

3.本合同经双方授权代表签字并盖章，自签订日起生效。

4.本合同一式两份，双方当事人各执一份，具有同等法律效力。

甲方(盖章)：代表(签字)：年 月日

乙方(盖章)：代表 (签字)： \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 年 月 日 \_\_\_\_\_\_\_\_\_

**最新网站营销方案策划书汇总四**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

由\_\_\_\_\_\_\_\_\_公司承办的“\_\_\_\_\_\_\_\_\_”于\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月

一、乙方为甲方在\_\_\_\_\_\_\_\_\_杂志上刊登甲方资料整版彩色广告一页(规格：未定)。\_\_\_\_\_\_\_\_\_杂志为月刊。

二、乙方为甲方在\_\_\_\_\_\_\_\_\_网上以首页图标链接形式作展会宣传，内容由甲方提供，甲方的广告图标(banner、logo)和内容必须符合国家、地方有关规定。

三、发布时间自\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日起至\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日止，累计\_\_\_\_\_\_\_\_\_月。

四、乙方为甲方在网站及其会员中通过e-mail发布展会信息。甲方为乙方在会刊、传真等宣传资料中以“媒体支持机构”宣传乙方。

五、乙方在网站上免费为甲方参展企业刊登企业产品报价信息\_\_\_\_\_\_\_\_\_月。

六、乙方将在甲方举办的展会上免费发放\_\_\_\_\_\_\_\_\_杂志给参展企业和参观人士。

七、甲方为乙方在展会期间免费提供3×3标准展位一个并在展会会刊上刊登乙方文字资料简介。甲方允许乙方在\_\_\_\_\_\_\_\_\_展览会所取得的展台上销售乙方产品。

八、其他事项

1.甲方在协议签署后五日内将全部协议事项以互换方式与乙方合作，应甲方以互换会刊广告行式互换，并将广告图标及有关文件在三日内交给乙方，如有延误由甲方自担责任。

2.乙方在收到款项后二个工作日内必须完成甲方的广告上网工作(遇节假日、休息日顺延)，如遇广告文件本身问题应及时与甲方沟通解决。

3.乙方必须保证甲方广告在协议期内的指定位置不变，如遇位移应按优化原则处理，或主动与甲方洽商，征得甲方同意。

4.协议到期前甲方如有意向续约，须提前二周与乙方联系确认。

5.本协议一式两份，双方各执一份，经双方签字盖章后生效。

6.本合同未尽事宜，双方可进一步协商，并签订补充协议或附件，补充协议或附件与本合同具有同等法律效力。

甲方(盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 乙方(盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 代表(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 代表(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日 \_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日 签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_

**最新网站营销方案策划书汇总五**

甲方：

乙方：

双方本着强强联合、共同发展的原则，利用(以下简称\"甲方\") (以下简称\"乙方\")各自的优势进行合作，达成以下协议。

1、 乙方作为专业的网络广告经营商向甲方提供 网站上的相应的图片或文字网上广告。

2、 网上广告中的文字、图象及效果由甲方提供，并由甲方盖章确认。

3、 甲方提前三天以e-mail的方式将广告图案、文字传给乙方，并同时以电话方式确认乙方经办人是否收到。

4、 由于乙方系统升级或改版引起了甲方广告位置的细微变化，甲方表示可以理解，但乙方必须在改版二个星期前通知甲方进行协商以确定改版后的甲方广告位，并确保甲方的广告投放效果不低于改版前。

5、 双方签署该协议后，须以友好合作的态度认真贯彻该协议的精神及有关条款。

6、 甲方提供的广告不应具有违反国家相关法律规定的内容，如由此产生的法律争议应由甲方负责，由此对乙方产生的损失，甲方应以赔偿。

1、 合作期限

合作期限为 个月，如需继续合作，甲方在协议有效期前30天提出申请，并与乙方协商重新签定新的.协议。

2、 发布时间

自 年 月 日至 年 月 日

3、 发布方式

以 的方式投放广告，共发布 ，共投放 天，每天发布 。

4、 广告位置网站

5、 广告总价\_\_\_人民币

6、广告设计：\_\_\_元

7、合同总额：\_\_\_人民币

8、 付款方式

甲方以汇款方式于签定合同后 日内把合同款项一次性汇到乙方帐号上，如果甲方不能按时定额支付上述款项，乙方有权停止为甲方播发广告，并可要求甲方补足未支付的广告费用。

乙方公司名称：

乙方开户银行：

乙方公司帐号：

乙方公司地址：

1、 本协议签定后，甲乙双方均不得在对方守约的情况下提前终止协议。

2、 在合同有效期间内，如果甲方提出终止要求，应提前一个星期通知乙方且无权要求返还剩余款项。

3、 除协议另有明确规定外，甲乙双方任何一方违反本协议的条款给对方造成的损失的，应该赔偿对方的损失。

4、 因不可抗拒的因素导致协议无法履行，经合法通知对方后，协议终止，乙方应返回甲方剩余的广告费。

5、 甲乙双方在履行本协议时如发生争议，应尽量通过友好协商解决，如协商未果，双方愿意提交深圳市仲裁委员会仲裁。

6、 本协议一式二份，甲乙双方各一份，具有同样的法律效力。

7、 本协议自甲乙双方签字盖章之日起生效。

甲方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

乙方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**最新网站营销方案策划书汇总六**

甲方：

乙方：

甲、乙双方经友好协商，就乙方为甲方提供网站建设方面工程事宜，达成如下一致协议：

一、合同标的及总价款

1.1 合同标的：乙方为甲方提供网站开发

1.2 合同总价款：本合同总价为 元人民币(大写： )

1.3 开发内容见附件一：

1.4 使用范围：本软件在下列地点安装使用： 产品系统安装在：甲方指定范围 产品系统使用为：甲方指定范围

二、双方权利义务

2.1 甲方权利义务：

2.1.1 有权利得到合同承诺的满足要求的产品和服务;

2.1.2 负责协助乙方进行需求调查、产品安装、测试、运行、培训、维护等工作;

2.1.3 负责验收乙方交付的产品，并负责保管;

2.1.4 按本合同约定的时间及办法对产品系统进行初验和终验;

2.1.5 按本合同约定的付款时间及金额付款给乙方;

2.1.6 本产品的网站内容版权和经营权归甲方所有;

2.1.7 有权在不影响整体结构的前提下在开发过程中对需求进行改进。

2.2 乙方权利义务：

2.2.1 负责产品的研发及相关文档(文档包括数据字典、文档目录说明)的编写;

2.2.2 按本合同约定的质量、时间完成网络开发制作;

2.2.3 按本合同约定承担技术支持和人员培训义务;

2.2.4 对甲方今后在该项目上的扩充及升级，乙方承诺将按本合同同等的优惠条件提供服务;

2.2.5 提供产品的介质等相关的资料;

2.2.6 有权利按照合同承诺的方式向甲方收取合同规定的金额。

三、合同的履行

3.1 合同总金额

合同总额为 元人民币(大写： )。

3.2 付款方式

3.2.1 首期款：合同签订之日起三个工作日内，支付合同总额的 %。即￥ 元(人民币： 整)。

3.2.2 二期款：在整个网站制作项目完工后，乙方将网页上传至客户服务器。由甲方依据验收标准验收，验收合格或超过验收期限截止日三日内支付合同总额的 %。即￥ 元(人民币： 整)。

3.2.3 三期款：乙方向甲方交付所有网站的源代码及程序附件(如：数据字典、目录说明文档等)，且甲方网站试运行一个月无技术问题后，支付合同总额的 %。即￥ 元(人民币： 整)。

3.3 网站项目款结清后，乙方应按甲方的要求开具正式发票，并在每次收款前，向甲方开出正式财务收据。

四、开发

4.1乙方在合同签定后，根据双方签字认可的需求说明书的功能要求进行产品开发，时间为合同签订之日起20个工作日内结束，该产品需求说明书(见附件一)作为本合同的附件，是合同的有效组成部分。

4.2 如在合同实施过程中内甲方需求发生一般变化，则由甲、乙双方协商制订需求变更卡(样式见附件二)，乙方与甲方协商确定的一般变更免收变更费用，如有较大的新增功能按照需求变更卡的界定另行协商解决，本需求变更卡亦作为本合同的附件。

4.3 甲方在乙方提供小样后的2个工作日内完成修改及确认。

五、安装、调试、培训

5.1 产品开发完成后，技术人员在合同指定地区进行安装、调试、培训，保证产品的试运行。

5.2 在安装开始前甲方应保证产品运行应该具备的硬件环境的正常使用。

5.3 乙方安装、调试、培训完成后，同意甲方对系统进行验收，甲方须于乙方通知之日起4日内对系统进行验收，否则视为验收合格。验收标准以验收报告所列系统功能为准，验收合格后由甲方验收人员签具验收合格报告，作为验收合格的依据。

六、交货

6.1 按照合同规定，在交货前由乙方所提供软件系统包装不当或保护措施不完善，造成软件系统的损失或遗失，乙方负责免费更换后赔偿。

6.2 如合同确定乙方向甲方提供源程序，则应在维护期到期后移交源程序。

6.3 乙方负责对其所开发的网站程序部分给予免费维护一年，对网站的错误进行修改，保证网站的正常使用。

七、违约责任

7.1 甲方违约责任：

7.1.1 合同生效后，甲方单方面解除合同，应向乙方支付合同总额的 %作为违约金，如乙方要求继续履行合同，甲方须继续履行合同;

7.1.2 甲方未按本合同约定的方式及时间对产品进行验收，则本合同所规约的维护无效，设备及产品的质量问题由甲方自行负责。

7.2 乙方违约责任：

7.2.1 合同生效后，乙方单方面解除合同，应向甲方支付合同总额的 %作为违约金，如甲方要求继续履行合同，乙方须继续履行合同;

7.2.2 乙方必须按照需求说明书的要求完成产品设计，否则甲方有权拒绝付余款。如质量问题严重，产品设计差别太大，甲方可解除本合同，并向乙方追回已支付的首期款。

八、生效条件

本合同及甲、乙双方认可的软件开发需求报告，经甲、乙双方法定代表人或法定代表人之委托代理人签字，并加盖各自单位的行政公章或合同专用章后生效。

九、本合同附件

9.1 甲、乙双方签字认可的网站开发需求报告书(或需求变更卡);

9.2 本合同履行过程中，经甲、乙双方协商一致并经双方法定代表人或委托代理人共同签署的与本合同有关的书面文件亦为本合同附件;

9.3 产品经验收后，验收报告作为本合同的附件。

9.4 本合同附件与本合同具有同等法律效力。

9.5 本合同一式两份，甲、乙双方各执一份。

十、附则

10.1 转让：本合同和本合同中任何有关的权利或义务，未经另一方的书面同意，不得通过合同或适用法律而转让。

10.2 诉讼管辖：本合同产生的纠纷应由原告所在地管辖。

甲方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！