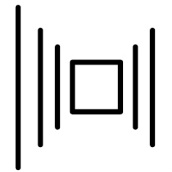


合同范本

Contract template



信仰创意的力量



MINDCI BRAND

中国 · 上海

品牌形象展示类

# 产品包装 设计服务合同

合同编号: 【MY-2501-PS】

委托方(甲方): 贵公司全称与营业执照一致

Party

服务方(乙方): 麦研品牌策划(上海)有限公司

B

签订日期: 2025-01-01

Signing Date

签订地点: 上海

Signing City

## 产品包装设计服务合同

合同编号: [ MY-2501-PS ]

**甲方 (委托方):** \_\_\_\_\_ 贵公司全称与营业执照一致  
统一社会信用代码: \_\_\_\_\_  
法定代表人: \_\_\_\_\_ 法人姓名  
联系电话: \_\_\_\_\_  
电子邮箱: \_\_\_\_\_

**乙方 (承包方):** \_\_\_\_\_ 麦研品牌策划 (上海) 有限公司  
统一社会信用代码: \_\_\_\_\_ 91310114398697353P  
法定代表人: \_\_\_\_\_ 李秋莎  
联系电话: \_\_\_\_\_ 021-5996 6607  
电子邮箱: \_\_\_\_\_ mindci@163.com

为了更好地塑造符合甲方发展的企业整体品牌形象, 依据《中华人民共和国民法典》及相关规定, 甲乙双方在平等、自愿、公平、诚实信用的基础上, 就甲方委托乙方进行“产品包装设计”相关事宜, 双方经协商一致, 签订本合同, 信守执行。

### 一、服务内容

项目名称: \_\_\_\_\_ 产品包装设计服务。

设计范围:

包装外观设计 (含结构、图案、文字、色彩等);

包装材质建议 (如需乙方提供);

印刷文件交付 (CMYK 格式, 分辨率 $\geq$ 300dpi)。

交付成果: 设计源文件 (AI/PSD 等)、效果图、印刷文件。

修改次数: 乙方免费提供 \_\_\_\_\_ 次修改, 超出后按 \_\_\_\_\_ 元/次收费。

## 二、合同价款与支付方式

总金额：人民币\_\_\_\_\_元（含税），包含调研、设计、修改及交付费用。

付款方式：

首付款：合同签订后 3 日内支付 50%（即\_\_\_\_\_元）；

中期款：初稿确认后支付 30%（即\_\_\_\_\_元）；

尾款：设计文件验收合格后支付 20%（即\_\_\_\_\_元）。

**汇款签收账户：**

开户名：麦研品牌策划（上海）有限公司

开户行：中国农业银行股份有限公司上海嘉定支行

账 号：0380 7100 0400 98554

**税金与发票：**

上述费用已包含税费。乙方在收到甲方提供的余款结清凭据后，将在三个工作日内，以项目名称“包装设计服务”开具与入账金额完全相等的电子发票（增值税专用发票），其中税率为6%，并将该发票递交给甲方的项目负责人。

**甲方公司开票资料：**

公司名称：\_\_\_\_\_

税 号：\_\_\_\_\_

地 址：\_\_\_\_\_

电 话：\_\_\_\_\_

开户行：\_\_\_\_\_

账 号：\_\_\_\_\_

附加费用：

甲方新增设计需求（如新增 SKU）需另行协商费用；  
因甲方原因导致返工，按实际工作量加收费用。

### 三、设计与交付要求

设计责任：

乙方需根据甲方提供的《产品定位书》《设计需求文档》完成设计；  
乙方确保设计原创性，若侵犯第三方知识产权，承担全部法律责任。

交付节点：

初稿交付：合同生效后\_\_\_\_\_个工作日内；  
终稿交付：甲方确认后\_\_\_\_\_个工作日内。

延期责任：

乙方每逾期 1 日支付合同总额 1%违约金，超过\_\_\_\_\_日甲方可解约；  
甲方反馈超时视为自动顺延工期。

### 四、知识产权与保密

版权归属：

设计成果知识产权自甲方付清全款后归甲方所有；  
乙方保留作品署名权（如需）。

保密义务：

乙方不得泄露甲方产品信息、销售策略等商业秘密；

保密期限：合同终止后\_\_\_\_\_年。

## 五、验收与整改

验收标准：符合甲方需求文档、行业质量标准及印刷要求。

验收流程：

甲方需在收到设计稿后\_\_\_\_\_个工作日内书面反馈意见；

验收合格后签署《设计确认书》。

## 六、违约责任

质量问题：乙方设计不符合约定，需免费重做并赔偿损失。

单方解约：违约方需支付合同总额 30%违约金。

## 七、其他条款

争议解决：协商不成，提交甲方所在地人民法院诉讼。

合同生效：一式两份，双方签字盖章后生效，传真/电子签章有效。

甲方（盖章）：

授权代表：

联系方式：

乙方（盖章）：

授权代表：

联系方式：

附件

《产品包装设计需求说明书》;

《设计修改确认记录单》;

补充协议 (如有)。

注意事项

版权风险: 若需乙方完全转让版权, 需单独约定并支付额外费用;

印刷责任: 建议明确乙方是否承担印刷监制责任;

材料归属: 设计过程中产生的草稿、废稿归乙方所有。

此合同框架可根据项目复杂度增减条款 (如竞业限制、跨境合作等), 签署前建议由法律顾问审核

#### 附件 4: 《产品定位书》

(由甲方提供, 作为设计策略依据)

##### 一、产品基础信息

1. 产品名称: \_\_\_\_\_
2. 产品类别: \_\_\_\_\_ (如: 快消品/奢侈品/工业品)
3. 产品功能: \_\_\_\_\_ (核心用途或技术亮点)
4. 生命周期阶段: \_\_\_\_\_ (新品上市/成熟期/升级迭代)

##### 二、市场定位分析

1. 目标客户画像:
  - 年龄/性别: \_\_\_\_\_
  - 收入水平: \_\_\_\_\_
  - 消费习惯: \_\_\_\_\_ (如: 注重性价比/追求个性化)
2. 核心卖点 (USP): \_\_\_\_\_ (如: 有机成分、便携设计)

### 3. 竞争对手分析:

- 主要竞品: \_\_\_\_\_ (列举品牌或产品)
- 竞品包装特点: \_\_\_\_\_ (如: 简约风、高饱和度色彩)
- 差异化要求: \_\_\_\_\_ (需与竞品形成明显区分)

## 三、品牌关联性

1. 品牌调性: \_\_\_\_\_ (如: 年轻活力/专业严谨)
2. 品牌 VI 规范:
  - 主色系: Pantone 色号 \_\_\_\_\_;
  - 辅助色: \_\_\_\_\_;
  - 字体要求: \_\_\_\_\_ (如: 仅限使用品牌指定字体)。
3. 品牌故事/文化: \_\_\_\_\_ (需在包装中传递的理念, 如环保、传承)。

## 四、渠道与场景

1. 主要销售渠道: \_\_\_\_\_ (如: 电商平台/线下商超/专卖店)
2. 使用场景: \_\_\_\_\_ (如: 家庭自用/礼品馈赠/旅行携带)
3. 陈列要求: \_\_\_\_\_ (如: 需适配货架高度、突出展示 LOGO)。

## 五、法规与合规

1. 强制标注内容: \_\_\_\_\_ (如: 生产日期、成分表、警示语)
2. 区域法规限制: \_\_\_\_\_ (如: 出口欧盟需符合 REACH 标准)。

甲方负责人签字: \_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_

## 附件 5：《设计需求文档》

(由甲方提供，作为设计执行标准)

### 一、设计目标

1. **核心传达信息：**\_\_\_\_\_ (如：天然成分、高端质感)
2. **消费者行为引导：**\_\_\_\_\_ (如：吸引首次购买、促进复购)。

### 二、视觉风格要求

1. **色彩规范：**
  - 主色调：\_\_\_\_\_ (需提供色卡或 Pantone 色号)；
  - 禁用颜色：\_\_\_\_\_。
2. **图形元素：**
  - 必须包含：品牌 LOGO、产品主图；
  - 可选元素：图标、纹理、辅助图案；
  - 禁止元素：\_\_\_\_\_ (如：宗教符号、动物形象)。
3. **字体与排版：**
  - 标题字体：\_\_\_\_\_ (如：衬线体/无衬线体)；
  - 正文字号：\_\_\_\_\_；
  - 文字层级：主标 > 卖点 > 说明文字。

### 三、包装结构与工艺

1. **结构设计：**
  - 盒型：\_\_\_\_\_ (如：翻盖盒、抽屉盒)；
  - 尺寸：内径\_\_\_\_\_mm×\_\_\_\_\_mm×\_\_\_\_\_mm (含承重要求)；
  - 开启方式：\_\_\_\_\_ (如：易撕口、磁吸扣)。
2. **材质要求：**
  - 主材质：\_\_\_\_\_ (如：350g 白卡纸、可降解 PLA)；



- 印刷工艺：\_\_\_\_\_ (如：局部 UV、烫哑金)；
- 特殊工艺：\_\_\_\_\_ (如：浮雕压纹、防伪标签)。

#### 四、交付标准

##### 1. 文件格式：

- 设计源文件：AI/PSD (分层文件)；
- 效果图：正面/侧面/俯视 3D 渲染图 (JPEG+PDF)；
- 印刷文件：CMYK 模式、含出血 3mm、刀模线单独图层。

##### 2. 命名规则：

- 文件命名：产品名\_版本号\_日期 (例：XX 绿茶\_V1.0\_20231001)。

#### 五、其他要求

1. **环保要求**：材料需提供 FSC 认证/可回收标识；
2. **打样要求**：乙方需提供 1:1 实物打样 (费用另行约定)；
3. **知识产权**：设计中不得使用未授权的第三方素材。

甲方签字确认：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_

#### 注意事项

1. **《产品定位书》**：需由甲方市场部与品牌部联合制定，确保与品牌战略一致；
2. **《设计需求文档》**：建议附参考案例 (如竞品包装图片)，避免理解偏差；
3. **法律风险**：若需求涉及地域文化禁忌 (如伊斯兰市场禁用猪形象)，需单独标注；
4. **版本控制**：文档需标注版本号和修订日期，修改时双方同步更新。

以上模板可根据具体行业 (如食品、电子产品) 调整细节，签署前建议由法务审核合规性。

-----合同条款内容截止，以下无内容-----

**甲方 (公章):**

法定代表人 (签字)

日期: 年 月 日

**乙方 (公章):**

法定代表人 (签字)

日期: 年 月 日

## 附件一

合同编号: [ MY-2501-LS ]

### 【附件内容:】

#### 附件 1: 《产品包装设计需求说明书》

(由甲方填写, 作为设计依据)

#### 一、基础信息

1. 产品名称: \_\_\_\_\_
2. 产品类型: \_\_\_\_\_ (食品/化妆品/电子产品等)
3. 目标市场: \_\_\_\_\_ (国内/出口至\_\_\_\_\_国家)
4. 适用渠道: \_\_\_\_\_ (商超/电商/礼品专柜等)

#### 二、设计需求

1. 设计风格要求:
  - 色调倾向 (如: 清新自然/高端奢华/科技感);
  - 图案元素 (如: 品牌 LOGO 必须突出、禁用动物形象等);
  - 文字排版要求 (如: 中英文双语、法规信息位置)。
2. 包装结构要求:
  - 盒型 (如: 天地盖、抽屉盒、异形盒);
  - 尺寸规格 (长×宽×高: \_\_\_\_\_ cm);
  - 开启方式 (如: 磁吸式、插舌式)。
3. 材质与工艺要求:
  - 主材质 (如: 白卡纸/瓦楞纸/特种纸);
  - 印刷工艺 (如: 烫金/UV/压纹);
  - 环保标准 (如: 可降解材料、FSC 认证)。
4. 法规要求:
  - 必须包含的内容 (如: 成分表、条形码、生产许可证号);
  - 禁止出现的内容 (如: 绝对化用语、宗教敏感元素)。

### 三、交付要求

1. 设计文件格式：AI/PSD 源文件 + PDF 效果图；
2. 印刷文件要求：CMYK 模式、刀模线单独图层、出血 3mm；
3. 提交方式：网盘链接/邮件发送（标注版本号）。

甲方签字确认：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_

### 附件 2：《设计修改确认记录单》

（用于记录设计修改过程）

版本号	修改内容描述	修改要求 提出方	提出日期	完成日期	甲方确认签字
V1.0	初稿设计	乙方	202X-XX-XX	202X-XX-XX	
V1.1	调整 LOGO 大小	甲方	202X-XX-XX	202X-XX-XX	_____
V1.2	修改主色调	甲方	202X-XX-XX	202X-XX-XX	_____
V2.0	终稿确认	双方	202X-XX-XX	202X-XX-XX	_____

#### 说明：

1. 每次修改需填写本表，超合同约定免费修改次数的按补充协议收费；
2. 甲方需在收到修改稿后 3 个工作日内反馈，逾期视为确认通过。

### 附件 3：《补充协议》

(针对主合同未尽事宜的额外约定)

编号：202X-补-001

签订日期：\_\_\_\_\_

#### 补充条款内容

1. 新增服务内容：

- 甲方要求增加 3 个 SKU 的延展设计，总费用追加人民币\_\_\_\_\_元；
- 交付时间顺延\_\_个工作日。

2. 版权归属调整：

- 乙方将设计稿的完整知识产权（含署名权）转让给甲方，甲方需额外支付转让费\_\_\_\_\_元。

3. 其他约定：

- 乙方需协助甲方完成印刷厂对接，监制费用另行约定；
- 本协议与主合同冲突时，以本协议为准。

甲方（盖章）：\_\_\_\_\_

乙方（盖章）：\_\_\_\_\_

签订日期：\_\_\_\_\_

签订日期：\_\_\_\_\_

#### 注意事项

1. **需求说明书**：需由甲方市场部与法务部共同审核，避免遗漏关键信息；
2. **修改记录单**：建议通过邮件或书面文件同步留存，作为争议证据；
3. **补充协议**：涉及费用与权责变更的条款需双方盖章生效。

以上内容可根据实际项目需求调整，签署前建议由律师审核合法性。

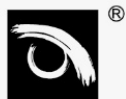


信仰创意的力量

Focus · Creativity | Think different



关注Mindci官方微信  
一起探索品牌价值



帝豪广告  
KINGWOW ADVERTISING



麦研策划  
MINDCI PLANNING



数字图书出版  
DIGITAL BOOK PUBLISHING



麦研数字影像  
MINDCI DIGITAL MOVIE IMAGE



iBHOME-CMS<sup>®</sup>  
新媒体信息系统

🏠 麦研品牌策划(上海)有限公司

📍 上海市嘉定区城北路378号1座22F-08室

☎ 021-5996 6607

✉ mindci@sina.com

🌐 [Http: //www.mindci.com](http://www.mindci.com)



全国统一服务热线:

**400-9210-146**