

2026北京市延庆区全年营销合作协议

甲方：北京市延庆区文化和旅游局

乙方：上海仕承文化传播有限公司

本协议由北京市延庆区文化和旅游局（以下简称甲方）与上海仕承文化传播有限公司（以下简称乙方）商定并于2026年7月1日签署生效。

一、服务内容

乙方根据甲方的委托和需求，为甲方提供延庆区全域营销推广服务，具体内容如附件。

二、合作履行时间及款项支付

1、履行时间：2026年7月1日-2027年6月30日

2、本协议金额（含税）：人民币壹佰柒拾捌万玖仟玖佰贰拾元整（¥ 1,789,920元）

3、款项支付：（1）甲方在本协议生效并收到乙方开具符合税务要求的发票后10个工作日内，向乙方支付本协议总价款的50%，人民币捌拾玖万肆仟玖佰陆拾元（¥894,960元）；

（2）2026年12月初冬季专题馆上线后甲方支付项目中期款总金额的30%，人民币伍拾叁万陆仟玖佰柒拾陆元整（¥536,976元）。

乙方完成全部项目服务且提交成果经甲方验收合格书面确认后7个工作日内，甲方根据验收结果支付项目剩余20%尾款，人民币叁拾伍万柒仟玖佰捌拾肆元整（¥ 357,984元），实际结算金额结合结算审核报告资金总额，扣除已付款后，结清尾款，且支付总额不超过财政资金拨付总额（即以结算审核报告资金总额和财政资金拨付总额较低者为准）。

乙方指定收款账号如下：

户名	上海仕承文化传播有限公司
开户行	中国工商银行股份有限公司上海市漕河泾科技支行
账号	1001266309200388261
税号	91310110MA1G8NQ485

地 址	上海市长宁区金钟路 968 号 16 号楼
电 话	021-34064880

甲方需向乙方提供真实有效的纳税人税务登记号、银行账号、地址等各项乙方开票所需的信息。若甲方提供信息有误，相应损失及责任由甲方承担。乙方未开具发票或开具的发票不合格的，甲方有权迟延支付应付款项且不承担任何违约责任，乙方的各项本协议义务仍按本协议约定履行。

三、知识产权和保密

1、甲乙双方及其职员承诺在履行本协议期间及在本协议期满后不对对方所拥有的商标、企业名称、域名等进行贬低或者其它任何损害，也不对对方互联网网页或者网站进行任何贬低、抄袭、歪曲、破坏或其它损害。

2、甲方保证其提供给乙方的相关信息和图片真实、准确、完整，不侵犯第三人的合法权益（包括但不限于知识产权、肖像权等），乙方或乙方关联主体有权为履行本协议的目的使用上述资料且具备上述资料的转授权（乙方或乙方关联主体须明确被授权方应仅依照本协议的约定并为履行本协议下的义务而进行使用）。否则，乙方或关联主体因上述原因受到投诉、起诉、调查或处罚，甲方应积极主动介入处理纠纷，做不侵权抗辩，并且根据乙方要求提供权利证明、授权文件等不侵权证据，同时乙方有权单方终止本协议，并直接与相关人士予以处理，并且由此给乙方和关联主体产生的损失全部由甲方承担，该损失包括但不限于罚金、违约金、赔偿金、许可费、调查费、差旅费、公证费、评估费、诉讼费、仲裁费、律师费、和解金、乙方或其关联主体先行支付的其他费用等。同理，乙方（包括关联主体、授权、委托或邀请主体）原因侵犯第三人合法权益，导致甲方受到投诉、起诉、调查或处罚，所引起的甲方相关经济损失（损失范围同上），全部由乙方承担，同时甲方有权单方终止本协议；乙方与其他媒体、博主的各项纠纷，均由乙方自行处理，并不得影响到甲方本协议项下的各项权益。

四、违约责任

1、甲方无正当理由拒绝接受服务的，甲方向乙方偿付本协议款项百分之五作为违约金。

2、甲方无故逾期验收和办理款项支付手续的，甲方应按应付未付总额每日万分之五向乙方支付违约金。

3、各项服务应在四季、旺季等来临前的10个工作日内（预热期）完成，乙方未能

如期提供服务的，每日向甲方支付未如期提供服务对应款项的万分之五作为违约金。逾期超过六十日，甲方有权解除本协议，乙方退回甲方已经支付的全部款项。如乙方不能全部完成本协议第一条约定的内容，除需按照上述约定承担相应部分的违约金外，甲方结算时可按照核减后金额支付相关费用，且违约金不足以弥补甲方损失的，乙方负责补足。

4、除本协议另有约定外，乙方出现违约行为的，应按照甲方通知期限自行纠正，逾期未纠正或者未完全纠正的，甲方有权解除本协议，也可选择由甲方自行或委托第三方替代履行，由此产生的替代履行费用、公证费、鉴定费、取证费、保全保险费、律师费等均由乙方承担，乙方并应赔偿甲方损失。

5、甲方自应付未付乙方的款项中自行扣除乙方应承担的违约金、赔偿金（包括但不限于为维权而发生的律师费、诉讼费、保全费、鉴定费等）。如有不足，甲方有权继续向乙方追索。

五、不可抗力事件处理

1、在本协议有效期内，任何一方因战争、地震、雷击、水灾、政府行为、黑客攻击、电信部门技术管制等不可抗力事件导致不能履行本协议，则本协议履行期可延长，其延长期与不可抗力影响期相同。

2、不可抗力事件发生后，应立即通知对方，并寄送有关权威机构出具的证明。

3、不可抗力事件延续120天以上，双方应通过友好协商，确定是否继续履行本协议。

六、禁止贿赂条款

1、任何一方保证不向另一方及与本合作有关的任何第三方的雇员或管理、工作人员，直接或间接，在账外暗中支付任何佣金、报酬或给予回扣，或者提供任何礼品或款待，亦不向另一方及与本合作有关的任何第三方雇员或管理、工作人员就上述事项达成任何安排，但是按照商业惯例赠送小额广告礼品的除外（乙方举报电话：0086-21-54261440，乙方举报邮箱jubao@trip.com）。

2、若任何一方违反了本条规定，则视为严重违约。守约方有权以书面形式通知违约方单方终止本协议，同时保留依法采取进一步法律措施的权利，违约方应承担由此给守约方带来的一切损失。

七、保密条款

1、兹就双方之间的共同合作，双方均承诺并保证其有义务不向第三方透露保密信息，“保密信息”指由一方（“披露方”）向另一方（“接收方”）披露的/或接收方因双方合作获取的，披露方或其关联主体的不公开信息（无论以任何口头或书面形式或其他形式存在），包括但不限于披露方或其关联主体的商业计划、客户名单、技术数据、产品构思、开发计划、职员名单、操作手册、加工工艺、技术理论、发明创造、财务情况和其他递交时约定为保密信息，根据法律法规的规定应当保密的资料以及本协议和相关合作的存在与合作事项（以下通称“保密信息”）。

2、对于本协议中描述的保密信息，双方及其代理人、代表应当（1）以不低于保护自己保密信息的程度（至少以合理程度）予以保密；（2）要求获知保密信息的人员对保密信息予以保密；（3）在必要情况下，根据双方书面商定的方式使用保密信息。

3、对于以下信息，双方均免除保密责任：由公众通过合法途径获知的信息；从第三方获知的，并未违反任何保密责任的信息；为法律或有管辖权的政府部门根据法令所要求透露的信息，或者根据法律程序而要求透露的信息。

4、如一方违反本保密条款，应赔偿另一方因此产生的损失。

5、本保密条款不因双方协议终止而失效。

八、协议生效及其它

1、本协议经双方法定代表人或授权代表签字并加盖双方单位公章后生效。

2、本协议未尽事宜，遵照《中华人民共和国民法典》有关条文执行。

3、本协议正本一式陆份，具有同等法律效力，甲方执肆份，乙方执贰份。

4、本协议适用中华人民共和国法律，如有任何争议，可提交甲方所在地人民法院管辖。

甲方（盖章）：北京市延庆区文化和旅游局

法定代表人

或受委托人（签字）

签约日期：2026.7.1



乙方（盖章）：上海佳承文化传播有限

法定代表人

或受委托人（签字）

签约日期：2026.7.1



类别	项目	具体内容	数量	价格(元)
国内营销之延庆专题馆策划及营销	延庆全年线上专题馆策划及营销推广：整合延庆全年重点活动、特色线路、优质住宿、景区门票等资源，进行内容架构梳理、页面设计、资源整合及全年运营，形成“一站式”出游解决	<u>架构梳理</u> ：将全区全年文旅资源进行系统化整合进行分类归纳，搭建符合C端用户浏览习惯和决策逻辑的线上专题馆。通过清晰的板块划分将原本“小而散”的活动及文旅产品集中呈现，形成统一的品牌输出窗口，有效解决信息分散/碎片化的问题，让游客一站式获取延庆全年全城出游的全部信息。	4次	850000
		<u>页面设计</u> ：以延庆全年品牌为基调，进行专题馆主视觉策划设计，并延展设计不同内容板块，进行差异化的内容呈现设计，增强页面的感染力与种草力，提升用户的浏览体验与停留时长。	4版	
		<u>全年运营</u> ：携程平台专题馆全年持续运营，专题馆上线后，依托携程平台的数据分析能力，以季度为节点，每季度提供专题馆的曝光量、点击率等核心指标，输出运营报告。同时，专题馆将配合全年整体宣传节奏，与达人采风、话题营销、广告栏投放等传播动作联动，形成“内容引流—专题馆承接—产品转化”的完整营销闭环。	1年	
	专题馆上线营销：专题馆上线前，完成预告推文的撰写与上线海报的设计制作，并通过携程研究院微信公众号进行发布，以内容种草与视觉传播相结合的方式，将专题馆打造为延庆文旅的线上核心阵地。	<u>上线推文撰写与发布</u> ：上线预告推文撰写：依据专题馆上线并结合延庆季节性玩法，以C端游客视角涵盖全年核心体验场景、玩法推荐等内容并内嵌专题馆预订入口撰写稿件，并通过携程研究院微信公众号进行发布，实现从阅读到浏览的无缝跳转。	4篇稿件+4次携程研究院微信账号发布	
		<u>上线海报设计</u> ：同步制作去年专题馆上线海报，以“长城醒山季”等主视觉为设计基调，适用于携程App信息流投放、朋友圈分享等多场景，形成统一的视觉传播符号，强化用户对延庆全年品牌的认知记忆。	4版	
	专题馆携程App投放引流	<u>携程APP首页联想搜索广告投放</u> ：携程App首页搜索栏配置联想词广告位（拟第7位），投放5个与延庆文旅高度相关的核心关键词，覆盖全年12个月，实现精准流量拦截与品牌心智占位。关键词将根据用户搜索行为、季节热点等维度进行建议，确保贴合用户需求与延庆文旅推广重点。	12个月	
		<u>首页信息流第一位投放</u> ：携程将在App首页	2000/C	

海外营销之延庆专题馆营销和延庆入境游指南策划		信息流黄金首位进行 1000CPM 的延庆专题馆投放,同时增加首页 banner 投放 1000CPM,依托携程平台庞大的用户基数与精准的算法推荐能力,对核心客群进行定向触达,实现品牌强曝光与高效引流的双重目标。	PM	
		数据支撑: 携程平台将以季度为单位提供携程 APP 联想搜索栏广告和首页信息流投放的曝光量、点击率、转化率数据指标,输出投放效果分析报告。预计全年曝光量不低于 1 亿人次,点击率不低于 10%即 1000 万人次,转化率不低于 5%;	4 次	
	延庆海外专题馆策划及内容营销: 携程依托国际化平台优势与海外传播矩阵,为延庆打造面向全球游客的线上专题馆,并通过多平台、多形式的内容营销与广告投放,将延庆“长城、世园、冬奥”三张金名片推向国际市场,吸引海外高净值客群关注与到访。	Trip.com 专题页策划搭建与上线: 在携程国际站 (trip.com) 搭建延庆国际化专题页,以四季为主线进行内容架构与页面设计。专题页将延庆春之“醒山”、夏之“清凉”、秋之“丰登”、冬之“冰雪”四大季节主题进行系统化呈现,整合长城文化、世园风光、冬奥遗产、特色住宿、地道美食等核心资源,通过高清视觉素材、沉浸式图文内容、英文版本的游玩攻略,向海外游客全面展示延庆“不止长城”的多元魅力。专题页内嵌产品预订入口,实现从内容种草到行程预订的无缝转化。	1 项	
		全年运营: Trip.com 海外专题馆全年持续运营,依托携程海外平台的数据分析能力,以季度为节点,每季度提供专题馆的曝光量、点击率等核心指标,每季度输出运营报告。	1 年	
		上线海报与推文: 专题页上线时,配套设计国际化视觉风格的上线海报 1 张,突出延庆四季风光与长城文化元素。同步撰写上线推文,以“Discover Yanqing: Beyond the Great Wall”为核心主题,深度介绍延庆四季特色以及冬奥场馆等核心资源,在携程研究院微信公众号进行发布,为专题页上线造势引流。	1 篇稿件+1 次携程研究院微信公众号发布	
	携程海外版全站多端 Banner 投放: 携程将在	海外社交媒体传播: 在携程海外官方 Facebook 账号与 Twitter 账号分别发布专题页上线相关内容。结合海外用户阅读习惯与平台特性,进行差异化内容适配,通过简洁有力的文案、海报图文等形式,快速触达目标受众。双平台协同发力,提升延庆文旅品牌在国际社交媒体的曝光度与讨论度。	2 篇英文文案撰写+2 个账号发布	
		携程海外版 PC 首页 banner: 作为海外用户访问 Trip.com 的第一入口,PC 首页 Banner 具有最高的流量覆盖与品牌曝光价值。投放延庆海	5 天	

	海外版全站多个高流量广告位进行延庆专题页的轮播投放，实现多触点、高频次的品牌曝光，覆盖海外用户从机票预订到酒店搜索的全场景行为路径。	外馆主视觉，突出“长城脚下”“冬奥之城”的核心卖点，点击后直接跳转至延庆专题页。		
		携程海外版英文总站 App 首页 banner: App 首页是移动端用户最核心的流量入口，Banner 投放可实现高频次、强视觉的品牌曝光，精准触达使用移动端浏览和预订的海外用户。	3 天	
		携程海外版英文总站 App 机票首页 banner: 移动端机票页面 Banner 覆盖精准出行的海外用户，通过视觉吸引力与精准导流，将延庆特色资源推送给目标客群。	3 天	
	延庆入境游指南策划及制作	<u>数据支撑:</u> 携程平台将以季度为单位提供 Trip.com 平台投放的广告曝光量、点击率、转化率数据指标，输出投放效果分析报告。预计曝光量不低于 200 万人次，点击率不低于 8%，转化率不低于 4%；合作期间入境游人次&消费金额均同比增长不低于 10%；	1 项	
		结合延庆多元化人文自然资源，覆盖延庆历史文化、自然景观、美食体验、旅游线路、交通住宿等方面，由 Tripadvisor 专业编辑团队操刀制作 Beijing Yanqing Travel Guide，打造面向入境游客的延庆旅行指南。（赠送 200 本线下打印）	1 项	
全年达人社交媒体营销活动	延庆长城醒山季微度假达人采风活动策划和执行	<u>达人招募:</u> 国内文旅达人 4 人（全网粉丝 100 万+）；	4 人	744920
		<u>路线策划:</u> 2 天 1 晚微度假采风路线、以及行程中大小交通/餐饮等出行费用；	4 人	
		<u>采风物料:</u> 达人采风过程中物料制作-手举牌/横幅；	1 项	
		<u>内容创作:</u> ①每位达人产出深度体验创意视频不低于 1 条（2-3min）发抖音平台； ②中长图文攻略不低于 2 篇（不少于 200 字），发携程攻略社区/微博/小红书平台； ③精修图片不少于 20 张，用于攻略配图，含图片版权；	1 套	
		<u>话题传播:</u> ①在携程攻略社区/抖音/小红书/平台创建话题#长城醒山季 #醒山正当时（拟），并在该话题下进行内容传播；		
		<u>活动传播:</u> 前期达人活动预告；后期采风结束回顾稿；	1 套	
	延庆夏都避暑季旅行家创造	达人邀约：国内 6 人（平均粉丝 100w+）+海外 2 人（全网粉丝 10w+）；	1 项	

	管活动策划和执行	路线策划：达人3天2晚采风路线策划以及行程中大小交通/餐饮等出行费用；		
		采风物料：达人采风过程中物料制作-手举牌/横幅；	1 项	
		内容创作： 国内： ①每位达人产出深度体验创意视频不低于1条（2-3min），发抖音平台； ②中长图文攻略不低于2篇（不少于200字），发携程攻略社区微博/小红书平台； 海外： ①每位达人产出深度体验创意视频不低于1条（2min），发ins或者tiktok； ②中长图文攻略不低于1篇（不少于200字），发ins；	1 套	
		话题传播： ①在携程攻略社区/抖音/小红书/微博平台创建话题#夏季去延庆 #夏都避暑季（拟）话题，并在该话题下进行内容传播；		
		摄影摄像：全程摄影摄像跟拍，并配备直播相册集后台修图运营人员；		
		活动宣传：前期达人活动预告；中期采风过程中海报制作；后期采风结束回顾稿；		
	妫川秋野艺术季达人采风活动策划和执行	达人招募：国内文旅达人5人（全网粉丝100万+）；	5 人	
		路线策划：2天1晚微度假采风路线、以及行程中大小交通/餐饮等出行费用；	5 人	
		采风物料：达人采风过程中物料制作-手举牌/横幅；		
		内容创作： ①每位达人产出深度体验创意视频不低于1条（2-3min）发抖音平台； ②中长图文攻略不低于2篇（不少于200字），发携程攻略社区/微博/小红书平台； ③精修图片不少于20张，用于攻略配图，含图片版权；	1 套	
		话题传播：在携程攻略社区/抖音/小红书/微博平台创建话题#国庆去延庆 #妫川艺术季（拟）话题，并在该话题下进行内容传播；		
		活动传播：前期达人活动预告；后期采风结束回顾稿；		
	动感冰雪季主题达人采风活	达人招募：国内文旅达人5人（全网粉丝100万+）；	5 人	

数据报告及培训	动策划和执行	<u>路线策划</u>: 2天1晚微度假采风路线、以及行程中大小交通/餐饮等出行费用; <u>采风物料</u>: 达人采风过程中物料制作-手举牌/横幅; <u>内容创作</u>: ①每位达人产出深度体验创意视频不低于1条(2-3min)发抖音平台; ②中长图文攻略不低于2篇(不少于200字),发携程攻略社区/微博/小红书平台; ③精修图片不少于20张,用于攻略配图,含图片版权; <u>话题传播</u>: 在携程攻略社区/抖音/小红书/微博平台创建话题#玩雪去延庆 #动感冰雪季(拟)话题,并在该话题下进行内容传播; <u>活动传播</u>: 前期达人活动预告;后期采风结束回顾稿;	5人	1套
	数据报告之预测分析	出具预测行分析报告:按照春节、国庆(含中秋节)、暑期、冬季寒假等大节点出具一份预测分析,全年不少于4次。	1项	
	数据报告之分析报告	制作整体性分析报告:按照春节、国庆(含中秋节)、暑期、冬季寒假等大节点出具一份分析报告,不少于4份。	1项	
	文旅运营人才特训营之酒店/民宿板块培训	邀请携程酒店/旅行社专业讲师通过线上线下相结合的方式开展1次行业培训分享会。(含讲师&课件;不含学员招募&场地)	1项	
	文旅运营人才特训营之门店/产品运营培训	开展1次文旅运营人才特训营培训课程,结合延庆旅游淡旺季特点,在淡季重点开展系统培训。(含讲师&课件;不含学员招募&场地)	1项	
	数据报告之市场指导	撰写2026年市场指导报告:根据平台数据分析,结合延庆资源优势和市场主体情况,撰写一份延庆文旅发展报告,指导延庆区政府部门和市场主体优化供给侧改革,提供文旅服务产品和线路。	1项	
	产品指导	全年春夏秋冬四季活动梳理打造;全年延庆四季市场化产品打造每季度不少于8条,专家到场不少于6次。	1项	
总价:				1789920