2026 首都市民系列文化活动

服务合同书

采购人（以下称甲方）：北京市通州区文化和旅游局

投标人（以下称乙方）：北京大运河文化旅游发展有限公司

甲 方：北京市通州区文化和旅游局

地 址：北京市通州发展大厦

法人代表：张妍

乙 方：北京大运河文化旅游发展有限公司

地 址：北京市通州区玉桥东一路新城规划展厅 F 座

法人代表：马冬

鉴于甲方在2026首都市民系列文化活动通过公开招标方式,确定乙方为本项目中选单位、根据相关法律法规规定，甲乙双方现就甲方委托乙方承办2026首都市民系列文化活动（“本项目”）进行策划、执行等专项服务并支付相应报酬事宜，经协商达成一致，签订本合同并共同遵守。

一、 合同文件

下列文件构成本合同的组成部分，应该认为是一个整体，彼此相互解释，相互补充。为便于解释，组成合同的多个文件的优先支配地位的次序如下：

A.本合同书及补充协议

B.中标结果通知书

C.甲方招标文件

D.乙方投标文件

二、 委托事项

负责2026首都市民系列文化活动策划到执行的全部内容。

2.1委托内容：

(1) 本项目策划，包括制订、撰写策划方案。

(2) 具体落实和实施策划方案。

(3) 进行媒体宣传。

(4) 其他甲方交办的，为实现甲方合同目的的工作，活动前乙方要取得相应部门的报批许可，且甲方应就属于其法定职责范围内的审批、报备事项予以必要协助并及时提供所需文件；因政府审批未通过或迟延且非因乙方原因导致活动无法如期举办的，乙方不承担相应违约责任。

(5) 乙方应负责活动期间与本次活动相关的舆情、信访及12345接诉即办等负面事件的监测与处置工作，及时采取有效措施消除不良影响。若因乙方处置不当或未及时处置导致负面影响扩大、造成不良后果的，甲方有权扣除相应保证金，且乙方仍需承担由此给甲方造成的全部损失及法律责任。

2.2 项目周期：自合同签订之日起至活动按要求执行完毕。

2.3 项目实施：以经过审核的项目实施方案为准。经双方确认的《活动实施方案》（见本合同附件）是本合同不可分割的组成部分，与本合同正文具有同等法律效力。该方案中载明的演出形式及内容、宣传推广、综合保障、资料留存等所有内容和承诺，均视为乙方的合同义务。

三、合同总价及付款方式

3.1 合同金额：

含税总价为：人民币¥4,010,176元（大写：肆佰零壹万零壹佰柒拾陆元整），其中不含税金额为人民币¥3,783,184.91元（大写：叁佰柒拾捌万叁仟壹佰捌拾肆元玖角壹分），增值税率6%，费用明细详见中标结果通知书及乙方响应文件分项报价表。

履约保证金：本合同签订后，乙方向甲方支付合同总金额10%的履约保证金，计人民币¥401,017.60元（肆拾万壹仟零壹拾柒元陆角整）。

3.2 付款方式：在合同生效后，待财政资金到账，甲方向乙方支付项目合同总价60%的首付款，计人民币¥2,406,105.6元（大写：贰佰肆拾万陆仟壹佰零伍元陆角整）；乙方按合同约定，当项目执行至9月，甲方向乙方支付项目合同总价40%的尾款，计人民币¥ 1,604,070.4元（大写：壹佰陆拾万肆仟零柒拾元肆角整）；项目全部执行完成，乙方按甲方要求提交项目全部成果文件并经甲方验收合格后，履约保证金在项目全部执行完成、成果文件全部交付、甲方最终验收合格且无任何未决争议后【15】个工作日内，由甲方无息退还乙方；对验收不合格的，甲方有权要求乙方限期整改；乙方按期完成整改的不视为违约，因乙方过错导致验收不合格且经书面催告仍拒不整改的，甲方可依约追究乙方相应违约责任。甲方因财政预算审批、拨付流程等非甲方主观原因导致付款迟延的，不承逾期付款违约责任，但应在相关障碍消除后及时支付。

3.3 甲方付款前，乙方需开具内容为生产生活服务*文化表演服务的增值税专用发票。

3.4 双方账户信息

甲方账户信息

名称：北京市通州区文化和旅游局

税号:11110112MB1934243P

开户银行：中国银行股份有限公司北京通州支行

银行账户:337656008152

乙方账户信息

公司名称：北京大运河文化旅游发展有限公司

开户银行：中国建设银行股份有限公司北京通州运河支行

银行账户：11001042800053003386

税号：91110112798530974E

电话：80855508

四、质量保证及检验

4.1 乙方应按照甲方指定的时间启动并提供相应服务。

4.2 最终服务及具体时间安排内容以北京市通州区文化和旅游局实际要求为准。

五、 违约责任

5.1 若乙方未如期完成任务，除非经过甲方书面同意延期，或因不可抗力、甲方原因及其他非乙方过错造成迟延，否则每逾期一天，向甲方支付本项目合同金额 1‰的违约金，最高不超过合同总价的 20%；

5.2 任何一方无故提前解除协议，应向对方支付合同总金额 30%的违约金。

5.3 若乙方未按照《活动实施方案》中承诺的演出场次、演出形式等清单执行活动的，每发现一项未达标，乙方应向甲方支付合同总金额【2%】的违约金。多项未达标的，违约金累计计算，总额最高不超过合同总金额的【20%】。

5.4 若乙方擅自取消《活动实施方案》中承诺的核心活动项目，或缩减项目的演出场次、时长、规模超过方案约定数量的【20%】的，视为乙方严重违约，甲方有权解除合同，并要求乙方支付合同总金额【30%】的违约金，同时有权不予退还全部履约保证金。

六、 税费

6.1 与本合同有关的一切税费均适用中华人民共和国法律的相关规定，合同价为含税价，所有均由乙方缴纳。

七、免责条款

7.1 因不可抗力产生的合同履行暂停、延迟，双方均不承担违约责任，后续工作甲乙双方协商解决。

7.2 不可抗力事件是指在本合同签署后发生的、本合同签署时不能预见的、 其发生与后果是无法避免或克服的、妨碍任何一方全部或部分履约的所有事件，包括自然灾害（如地震）、恶劣天气（如台风）、战争、恐怖行为、暴力事件、政府政策变化、政府行为或其它不可抗拒的事件。

7.3 发生不可抗力事件时，知情方应及时通知另一方。双方应合理地做出努力，克服不可抗力事件，减轻其影响。

八、争议的解决

8.1 因本合同引起的或与本合同有关的任何争议，合同双方友好协商不成、不愿提请争议组评审或者不愿接受争议评审组意见的，选择下列第_____贰_____种方式解决：

_（壹）_提请甲方所在辖区仲裁委员会按照该会仲裁规则进行仲裁，仲裁 裁决是终局的，对合同双方均有约束力。

_（贰）_向北京市通州区人民法院诉讼。

九、合同生效及其他

9.1 本合同经双方全权代表签署、加盖单位印章后生效。

9.2 本合同一式陆份，甲乙双方各执叁份，具同等法律效力。

9.3 本合同未尽事宜，由双方共同协商达成补充协议，补充协议中如有修改本合同的内容，以补充协议为准。

9.4 附件：活动实施方案

（以下为签字页，无正文）

（签字页）

甲方：北京市通州区文化和旅游局（印章）

授权代表（签字）：

科室负责人（签字）：

经办人（签字）：

地址：北京市通州发展大厦

电话：80575848

开户银行：中国银行股份有限公司北京通州支行

账号：337656008152

税号：11110112MB1934243P

签订日期：2026.7.24

乙方：北京大运河文化旅游发展有限公司（印章）

授权代表（签字）：

地址：北京市通州区玉桥东一路新城规划展厅F座

电话：80855508

开户银行：中国建设银行股份有限公司北京通州运河支行

账号：11001042800053003386

税号：91110112798530974E

签订日期：2026.7.24

附件：活动实施方案

2026 首都市民系列文化活动方案

紧扣城市副中心高质量发展定位，聚焦推动文化繁荣、建设文化强国的使命任务，积极开展高质量的首都市民系列文化活动，持续提升活动群众性、参与性、互动性、针对性、观赏性和影响力，持续增强市民游客的文化获得感和幸福感。通州区拟于全区范围内开展 2026 年首都市民系列文化活动，结合我区实际，特制定本方案。具体内容如下：

一、活动目标

以区、街道（乡镇）、社区（村）为重点，开展首都市民系列文化活动，贯穿全年，丰富活跃市民群众的精神文化生活。强化宣传，确保重点任务项项有宣传、周周有报道，扩大影响力，提升满意度，完成绩效目标。提升副中心市民群众的参与度、体验度、满意度，增强副中心市民群众的文化获得感，幸福感。

二、活动时间

2026 年年内

三、总体思路

通州区“2026 年首都市民系列文化活动”将在全区各街道、乡镇以及社区和村全面开展，并结合《北京市公共文化服务保障条例》做好宣传贯彻工作。活动内容包括以下内容：

1. **时代征程主题系列活动**。围绕纪念长征胜利 90 周年、建

强京津冀三地文化系统交流互动。

8.**我和运河有个“乐”会——北京城市副中心公共空间音乐系列艺术活动**。本次“我和运河有个“乐”会——北京城市副中心公共空间音乐系列艺术活动”旨在深度挖掘通州大运河千年历史文脉，与国潮民乐深度绑定，打破传统演艺场景边界，串联形成通州全域“演艺+”特色线路，打造沉浸式、互动式多元化文旅体验场景，推动公共文化的高质量发展。

9.**“诗韵通州·声动运河”北京城市副中心诗词大会活动**。作品内容要求围绕北京城市副中心在经济发展、城市建设、文化传承、生态环境等方面的发展与成就进行创作，面向北京市进行征集。可以采用个人诵读、集体诵读、配乐诵读等多种形式，同时走进校园，邀请各大高校学生参与，青春风采与诗词魅力相互交融，增强表演的观赏性。

10.**“京”彩副中心 共话运河情——通州区群众文化大联欢系列活动**。在群众文化大联欢系列活动中，充分展示通州区作为北京城市副中心的独特魅力和蓬勃生机，同时深入挖掘和传承大运河文化的深厚底蕴，突出文化共享的理念，强调通过活动让更多的人享受到文化的乐趣，展现新时代通州人民携手共进的精神风貌。

11.**运河上的通州摄影作品征集展览活动**。通过高水准影像艺术，擦亮“运河上的通州”文旅品牌，生动展现北京城市副中心的时代形象与独特魅力，以光影为媒，讲好运河故事、通州故

遗文化为核心载体，通过非遗演出、非遗体验、非遗课堂的形式，拟开展文化活动进乡村（社区）4场、进军营1场、进园区（工地、劳务市场）1场、进景区/地标2场，多点齐发、全域覆盖，让文化服务下沉基层、贴近群众，实现非遗文化“看得见、听得见、遇得见”，擦亮通州文化名片。

4.运河传遗——传统文化传承活动

本系列活动将特别关注未成年人、老年人、残障人士、农民、进城务工人员、新经济组织和新社会组织群体（“两新”组织）、少数民族、军人等不同群体的文化权益，以“运河传遗”为媒，以非遗技艺体验为桥，通过组织一系列精心设计、分众化、体验感强的非遗活动，包括结绳、马尾绣、版画、通草花、风车、花馍等十五项非遗活动，吸引各类人群走进综合文化中心、24小时智能文化空间等公共文化设施。在指尖的触摸与创造中，让非遗成为连接邻里情感、凝聚社区共识、促进社会和谐的“文化粘合剂”。

5.讲好运河故事——运河文化沙龙活动

本系列活动旨在深入挖掘大运河丰富的历史文化资源，生动展示通州“古今同辉”的独特魅力。活动以“四大场地+四大故事+每地两场”为核心架构，在三庙一塔聆听漕运文脉的回响，于大光楼触摸古城变迁的印记，在运河西岸捕捉新城崛起的光影，至湾里共绘京津冀协同的画卷。八场活动，八次对话，不仅是历史的回溯，更是未来的启航。我们期待通过这一系列有深度、有温度、

载体，在都市打造沉浸式国乐美学现场，全年拟开展 8 场活动，演出形式包括实景音乐会、国潮民乐快闪、沉浸式驻唱演艺、汉服雅集+国风开放麦等。活动以通州大运河文化为精神内核，将精品演艺与互动体验相融合，构建“全域、全龄、全业态”的“演艺+”文旅生态，用现代审美重构传统国乐，面向受众传递东方美学的当代生命力。

9.“诗韵通州·声动运河”北京城市副中心诗词大会活动

本系列活动将围绕北京城市副中心在经济发展、城市建设、文化传承、生态环境等方面的发展与成就进行作品征集，并精选本次诗词大会的优秀获奖作品进行诵读展示。诵读活动将年轻专业朗读者+轻国风造型+诗词说唱等创新形式，让传统诗词朗诵更贴合当代青年审美；将诗词朗诵与舞蹈、器乐、情景表演深度融合，打破单一艺术形式界限；运用灯光投影、AI 视频等科技手段，实现“以诗传景、以景彰诗”，展现北京城市副中心的文化风采。

10.“京”彩副中心 共话运河情——通州区群众文化大联欢系列活动

本系列活动将坚持群众文化群众办的思路，打破传统室内剧场的空间限制，将舞台与户外自然和城市景观相融合。拟通过欢唱会、合唱展演、乐队表演及冬季音乐会 4 场各具特色的群众文化活动，进一步丰富人民群众的精神文化生活，绘就“城兴村美、民乐人和”美丽画卷。

3. 实施“一场一流程”

每场活动制定完整流程，包括进场搭建、设备调试、演员签到、走台联排、观众入场、正式演出、退场疏导、资料采集和现场复盘等环节。

4. 实施“一场一归档”

每场演出结束后，及时整理现场图片、视频素材、节目资料、宣传记录、观众反馈和执行小结，确保项目全过程有记录、有依据、可检查、可复盘。

六、宣传推广

1. 宣传定位

围绕“优秀剧目进基层、传统文化润通州、公共文化惠民生”的传播主线，突出公益惠民属性、艺术品质表达和群众参与体验。

2. 预热宣传

演出前发布演出预告、剧目介绍、演员阵容、艺术导赏、观演提示和预约信息，帮助群众提前了解演出内容，提高活动知晓度和参与率。

3. 现场宣传

演出期间通过现场照片、短视频、观众互动、节目花絮、演员片段、后台准备等内容进行即时传播，放大现场热度，形成活动声量。

4. 回顾宣传

演出结束后发布活动综述、精彩片段、群众反馈、影像回顾

演出前对灯光、音响、电源、话筒、视频、字幕及其他技术设备进行检查。演出期间安排专人值守，准备必要备用设备，确保突发技术问题能够及时处理。

5. 现场秩序保障

结合场地条件设置观众入场、候场、检票、引导、落座、退场等流程，做好重点区域人员疏导。对老年观众、儿童观众和亲子家庭加强引导服务，提升观演体验。

6. 人员与车辆保障

根据演职人员、设备运输和物料转运需求，合理安排车辆和人员调度，确保演员、工作人员、服装道具、技术设备按时到位。

7. 应急保障

针对设备故障、人员临时调整、交通延误、观众突发情况、极端天气等情况制定应急处理机制。现场明确责任人，做到快速响应、稳妥处置、及时反馈。

八、摄影摄像与资料留存

1. 拍摄内容

每场演出安排摄影摄像记录，重点覆盖舞台演出、演员表演、观众互动、现场氛围、后台准备、场馆环境和工作人员执行情况。

2. 素材用途

影像资料用于项目宣传、成果汇报、活动总结、资料归档和后续公共文化活动传播。

3. 资料标准