

合同编号: 76

政府采购合同

项目名称: 乡村旅游宣传推广项目

甲方(委托方): 北京市文化和旅游局

乙方(受托方): 京报移动传媒有限公司



鉴于甲方在乡村旅游宣传推广项目通过公开招标采购方式，确定乙方为本项目中标人，根据相关法律法规规定，甲乙双方现就甲方委托乙方承办乡村旅游宣传推广活动（“本项目”）进行策划、宣传、推广等专项服务并支付相应报酬事宜，经协商一致，签订本合同并共同遵守。

1、 项目内容

1.1 本合同目的：乡村旅游提质升级采购项目以加快实施乡村旅游提质升级行动为目标，聚焦“赋能+提升”，推出乡村旅游主题线路，推动乡村旅游提质增效。

1.2 本项目中，乙方负责下述工作：

（1）结合不同季节时令，以乡村休闲为核心，联动整合乡村人文、生态、休闲、美食、康养等特色资源，推出京郊不同主题乡村旅游主题线路；以强化文化赋能为核心，深挖乡村文化内涵，推出乡村民俗、非遗、艺术、演艺等文化主题线路，讲好乡村故事。

（2）围绕“漫游京郊”品牌，用好互联网、自媒体等宣传平台，通过沉浸式、体验式、场景式短视频等形式，创新宣传方式，拓宽宣传渠道，提升乡村旅游的影响力与传播力。

（3）宣传推广方案应包括：资源踩线、内容策划、媒体投放计划、进度安排等内容，全年宣传策划内容不少于10次。

（4）完成甲方交办的与本项目相关的其他工作。

（5）在活动结束后及时进行成果梳理，并提供绩效总结报告。

项目内容及实施方案（包括设计策划提纲要点、宣传品样本、媒体名单、宣传方式等）详细内容见附件一。

2、 项目要求

2.1 本项目地点：北京。

2.2 本项目期限：自合同签订之日起至2025年12月31日。

2.3 本项目质量要求：如有国家标准则执行国家标准；如无国家标准，则所有委托项目均应以合理满足本合同第1条及附件一之内容，且以甲方事后认可为达到本合同质量要求和实现合同目的为依据。

2.4 未经甲方事先书面同意，乙方不得将委托事项全部或部分转交他人完成。乙方

如需将部分工作交由第三人办理的，应事先征得甲方书面同意，并就该第三人的工作质量向甲方承担全部责任。

3、 甲方提供的协作事项

3.1 资料： 无。

3.2 其他配合协作事项： 无。

4、 费用及支付

4.1 乙方就本项目获得的报酬总额：人民币大写 肆拾捌万伍仟元整 小写 ¥485,000

（详见费用明细），其中包括但不限于：

（1）乙方从事策划方案的制定及实施的报酬及费用。

（2）乙方从事宣传用品设计、制作、发放的报酬及费用。

（3）乙方从事媒体宣传、发布的报酬及费用。

（4）乙方为履行本合同所需的其他全部费用（包括但不限于包装费用、运输费用）。

（5）其他费用： 无

除另有约定外，甲方无需就本项目向乙方支付上述费用之外的其他任何费用。

需要进行 财政投资评审/委内部评审 的，按照甲方财务规定，按照评审审定金额支付费用。

4.2 支付方式和时间

4.2.1 首付款

在本合同签订并生效，且收到乙方开具的相应金额的、符合国家规定的发票后 30 个工作日内，甲方将本项目报酬总额的 70 %（即人民币 叁拾叁万玖仟伍佰元整）支付给乙方。

4.2.2 验收后付款

乙方完成本合同约定的全部服务内容并经甲方验收确认，且收到乙方下述全部文件后 10 个工作日内，甲方将合同剩余款项付给乙方：

（1）甲方关于本项目验收通过的证明文件原件一份，或监测及评估报告、或乙方关于本项目活动的工作总结报告一份。

（2）乙方开具的相应金额的、符合国家规定的发票。

4.3 若根据本合同约定，乙方应当支付违约金和/或承担赔偿责任的，则甲方有权从上述任何一笔付款中直接扣除相应金额。

5、 项目策划与实施

5.1 乙方应根据本项目目标及甲方要求于本合同生效后5日内完成策划案初稿，并提交甲方审核；经甲方审核后，乙方应于收到审核通过通知后5日内完成策划案最终稿，提交甲方最终核准。经甲方最终核准通过的，乙方按照策划案最终稿具体组织实施项目工作。如甲方审核或最终核准不通过的，乙方应按照甲方要求进行修改直至通过。如由此导致履约迟延，并不免除乙方依据本合同约定应承担的逾期违约责任。

5.2 甲方可根据本项目的进展情况，对策划案最终稿提出合理的修改意见，乙方应配合修改。由此所增加的额外费用，由乙方自行承担，且本项目报酬总额不作任何变更。

5.3 双方确定，在本合同有效期内，乙方指定王苏为乙方项目联系人，作为乙方履约代表。该项目联系人作出的意思表示均视为乙方的意思表示，对乙方具有约束力。乙方如变更项目联系人的，应当提前及时以书面形式通知甲方；未及时通知而影响本合同履行或造成损失的，乙方应承担相应的责任，并赔偿甲方全部损失。

5.4 乙方有义务在项目实施后，在实施各阶段分阶段三次向甲方报告项目进展情况。

6、 宣传用品的设计制作

6.1 乙方负责宣传用品设计及制作的，应制定相关宣传用品设计方案，提交甲方取得其书面认可，并依据最终确定的宣传用品设计方案/样品设计、制作宣传用品。其中：

6.1.1 宣传用品的设计、印制、包装应符合甲方最终确定的宣传用品设计方案或甲方要求。宣传用品内容、款式设计、印制、包装等要求见本合同附件一。

6.1.2 乙方应于2025年6月30日前完成宣传用品的图文设计，并将设计成果交付甲方验收。

6.1.3 设计方案经甲方验收合格的，乙方应于验收合格后10日内向甲方提供宣传品成品的样品，并取得甲方书面认可。

6.1.4 甲方书面认可样品后，乙方应于甲方书面认可后10日内按甲方要求印制完成宣传用品，负责派人将宣传用品运到甲方指定地点，并承担运输费用以及运输途中的一切风险。风险自宣传用品运到甲方指定地点并经甲方验收合格起转移至甲方。

6.2 宣传用品种类清单详见附件一。

6.3 乙方应保证宣传用品符合本合同要求及正常使用要求，不存在任何权利和质

量瑕疵。因宣传用品内容/质量问题引起的一切人身、财产损失，均由乙方负责解决并承担赔偿 responsibility，并且乙方应赔偿由此给甲方造成的一切损失。

7、 媒体宣传

7.1 媒体发布基本内容（详见附件一，就发布内容、使用媒体、时长、位置/时间段、规格、次数/数量、价格等进行约定）_____。

7.2 宣传样片

7.2.1 本项目媒体宣传如采用甲方提供的_____样带（样片、样稿，统称“宣传样片”），则未经甲方同意，乙方不得改动宣传样片内容和形式。

7.2.2 如宣传样片由乙方制作，则乙方应于2025年6月30日前将宣传样片初稿提交甲方审核，征得甲方书面同意后10日内制作完成宣传样片。宣传样片制作完毕并经甲方最终审核同意后，乙方方应当按照本合同约定在媒体发布宣传。如乙方未经甲方同意即擅自发布宣传样片的，甲方有权要求乙方采取消除影响、公开赔礼道歉等措施予以解决，乙方应支付本项目报酬总额10%作为违约金，并赔偿甲方的相应损失。

7.3 媒体发布时间表及编排方式（详见附件一）

_____。

7.4 乙方保证按照本合同约定的发布时间，依法取得有关媒体广告栏目、版位、时间段的使用权，并交付给甲方使用。乙方应保证甲方使用该广告栏目、版位、时间段的合法性。如因该广告栏目、版位、时间段的使用权问题发生纠纷，并由此对甲方造成不良影响或损害的，乙方应负责解决，并赔偿因此给甲方造成的一切损失。

7.5 乙方负责/甲方指定监测机构提供本项目媒体发布期内甲方宣传的样报和/监播/监测报告，并保证监测报告的真实性及可靠性，并以此作为服务成果验收依据之一。

8、 项目验收

8.1 本项目工作成果的验收标准：如有国家标准则执行国家标准；如无国家标准，则所有委托项目均应依据合同约定，并以甲方书面确认验收合格为达到本合同质量要求的依据。

8.2 本项目工作成果的验收方法：（甲方/乙方/甲方指定的第三方）
_____甲方_____验收。

8.3 验收的时间和地点：2025年12月31日前 北京市文旅局。

8.4 活动结束后，乙方应向甲方提供一份活动总结报告，作为验收依据之一。

9、 知识产权权利归属及侵权处理

9.1 本合同项目所有由乙方向甲方提供的工作成果中的全部权利，包括但不限于知识产权等，除另有约定外均归甲方所有。

9.2 本项目宣传用品设计成果及制作完成的*宣传用品/宣传样片*的所有权益，包括但不限于版权等，均归甲方所有。

9.3 乙方自行或委托他人印制*宣传用品/宣传样片*而制作的*母版/原版*的所有权益，包括但不限于版权，均归甲方所有。

9.4 乙方为完成委托事项而使用他人*作品/肖像*的，应保证*原作者/著作权人/肖像权人*对乙方与甲方约定的设计、制作、使用其成果无任何异议；同时，乙方应主动向甲方出示与*原作者/著作权人/肖像权人*签订的*作品和/或肖像*许可使用合同或其他许可使用证明。

9.5 乙方保证依本合同为甲方提供的服务及服务成果符合国家相关法律、法规和规章规定，不存在任何权利瑕疵。如果他人提出法律或行政程序(合称“侵权指控”)，声称甲方违反了国家相关法律、法规和规章规定或侵犯了其知识产权、其他人身及财产权利的，乙方应当负责解决，并返还甲方已支付款项及按照同期中国人民银行贷款利率计付利息，并赔偿甲方就此所承担的一切损失和费用，包括但不限于上述侵权指控中所产生的诉讼费用、合理的律师费用、调查费用、罚金、和解金额或生效法律文书中规定的赔偿金额。

10、 保密

10.1 本合同所称保密资料包括但不限于：

(1) 甲方提供的资料(包括但不限于素材、半成品、成品)。

(2) 乙方为完成委托事项所涉及的宣传用品、宣传样片图文资料(包括但不限于素材、半成品、成品)。

(3) 乙方为印制宣传用品而制作的母版/原版。

(4) 乙方签订及履行本合同过程中接触到的甲方及其关联公司的商业秘密、技术资料、客户信息等资料和信息。

10.2 乙方对保密资料负有保密义务。未经甲方书面许可，乙方不得向任何第三方披露，不得将保密资料的部分或全部用于本合同约定事项以外的其他用途。乙方有义务对保密资料采取不低于对其本身商业秘密所采取的保护手段予以保护。乙方可仅为本合同目的向其内部有知悉必要的雇员披露保密资料，但同时须指示其雇员遵守本条规定的保密及不披露义务。

10.3 乙方仅可为履行本合同之目的对保密资料进行复制。乙方不得以任何方式（包括但不限于硬盘、图纸、彩样、照片、菲林、光盘）留存保密资料。乙方应在完成委托事项或本合同终止或解除后10日内将保密资料原件全部返还甲方，并销毁所有复制件。乙方应当妥善保管保密资料，并对保密资料在乙方期间发生的被盗、泄露或其他有损保密资料保密性的事件承担全部责任，因此造成甲方损失的，乙方应负责赔偿。

10.4 乙方应严格按甲方订购的数量印制和发运宣传用品，设计、印制、运输过程中产生的废品应及时销毁。

10.5 如乙方违反本合同关于保密的约定，乙方应赔偿因此而给甲方造成的一切损失。

10.6 本保密条款自保密资料提供或披露之日起至本合同终止或解除后3年内持续有效。

11、 违约责任

11.1 任何一方未履行或未完全履行本合同项下的义务，均构成违约。违约方应赔偿因违约给对方造成的一切损失。

11.2 乙方未能按本合同约定按期提供本项目下任何一项成果的，每逾期1日，乙方须向甲方支付本项目报酬总额1%的违约金。如乙方应支付的各项违约金数额累计达到本项目报酬总额的1%时，甲方有权终止本合同，乙方仍应向甲方支付相应违约金，且应退还甲方已支付款项及按照同期中国人民银行贷款利率计付利息，并赔偿甲方的相应损失。

11.3 乙方违反本合同约定，提供本项目各成果不符合甲方要求或验收不合格的，由乙方负责根据甲方要求更正和修改，因此造成的所有损失和费用的增加由乙方负责。因此造成延期交付的，乙方应按照本合同约定承担违约责任。如甲方提出更正或修改要求后10日内，乙方仍未满足甲方要求，则甲方有权终止本合同并不再支付本项目报酬；同时，乙方应退还甲方已支付款项及按照同期中国人民银行贷款利率计付利息，并赔偿甲方的相应损失。

11.4 乙方违约经提示不及时纠正或无法纠正的，甲方有权为了实现合同目的，自行采取补救措施，所产生的费用视为甲方直接损失，乙方应予赔偿。

12、 法律适用和争议解决

12.1 本合同适用中华人民共和国法律。

12.2 所有因本合同引起的或与本合同有关的任何争议将通过双方友好协商解决。

如果双方不能通过友好协商解决争议，则任何一方均可采取下述第

 (2) 种争议解决方式：

(1) 将该争议提交北京仲裁委员会，按照申请仲裁时该会的仲裁规则进行仲裁。仲裁裁决是终局的，对双方均有约束力。仲裁费用由败诉方承担。

(2) 向甲方所在地有管辖权的人民法院起诉。

12.3 仲裁或诉讼进行过程中，双方将继续履行本合同未涉仲裁或诉讼的其它部分。

13、 不可抗力

13.1 本合同所称不可抗力，是指地震、台风、水灾、火灾、战争以及其它本合同各方不能预见，并且对其发生和后果不能防止或不能避免且不可克服的客观情况。

13.2 本合同任何一方因不可抗力不能履行或不能完全履行本合同义务时，应当在不可抗力发生之日起10日内通知另一方，并向另一方提供由有关部门出具的不可抗力证明。

13.3 因不可抗力不能履行合同的，根据不可抗力的影响，受影响方部分或全部免除责任，但法律另有规定的除外。迟延履行合同后发生不可抗力的，不能免除责任。

13.4 如果因不可抗力的影响致使本合同中止履行10日或以上时，甲方有权决定是否继续履行或终止本合同，并书面通知对方。

14、 合同生效及其他

14.1 本合同自双方签字盖章之日起生效。

14.2 本合同一式肆份，甲乙双方各执贰份，具有同等法律效力。

14.3 如果本合同的任何条款在任何时候变成不合法、无效或不可强制执行而不从根本上影响本合同的效力时，本合同的其它条款不受影响。

14.4 本合同各条标题仅为提示之用，应以条文内容确定各方的权利义务。

14.5 未得到对方的书面许可，一方均不得以广告或在公共场合使用或摹仿对方的商业名称、商标、图案、服务标志、符号、代码、型号或缩写，任何一方均不得声称对对方的商业名称、商标、图案、服务标志、符号、代码、型号或缩写拥有所有权。

14.6 本合同的任何内容不应被视为或解释为双方之间具有合资、合伙、代理关系。在本合同履行完毕之前，乙方不得以与甲方存在合作关系为由，承揽与本合同类似或相同的项目。

14.7 本合同替代此前双方所有关于本合同事项的口头或书面的备忘录、合同和协议。

14.8 甲乙双方因履行本合同或与本合同有关的一切通知都必须按照本合同中的地址，以书面信函形式或双方确认的传真、电子邮件等通讯方式进行。采用信函形式的应使用挂号信或者具有良好信誉的特快专递送达。如使用传真，通知日期即为通讯发出日期；如使用挂号信件或特快专递，通知日期即为邮件寄出日期并以邮戳为准；如使用电子邮件，通知日期即为发出方电脑记录的发出日期。

14.9 附件为本合同不可分割的部分。若附件与合同正文有任何不一致，以合同正文为准。

附件一：活动项目工作方案

附件二：项目费用明细

甲方： 北京市文化和旅游局
(加盖公章)
法定代表人或委托代理人：
(签字或签章) 徐振涛

乙方： 京报移动传媒有限公司
(加盖公章)
法定代表人或委托代理人：
(签字或签章) 王军华

法定代表人： _____
地址： _____
开户行： _____
银行地址： _____
户名： _____
帐号： _____
邮编： _____
电话： _____
传真： _____
电子邮箱： _____

法定代表人： 王军华
地址： 北京市东城区建国门内大街 20 号北京日报社三层西区
开户行： 中国银行股份有限公司北京崇文门支行
银行地址： 北京市东城区崇文门西大街 1 号
户名： 京报移动传媒有限公司
帐号： 349361694633
邮编： 100734
电话： 85201651
传真： 52859541
电子邮箱： 597534354@qq.com

2025 年 5 月 30 日

2025 年 5 月 30 日

附件一：活动项目工作方案

为全方位、多角度推介我市乡村旅游资源，京报移动传媒将与北京市文旅局产业发展处合作，利用北京日报媒体资源优势，从2025年6月-12月期间，围绕“畅游京郊”主题，围绕时令节气、重要节假日、文化节庆，策划并推出系列主题活动，构建全年不间断的传播矩阵。

一、项目内容

1、自然科学主题线路设计推广

- 线路内容：前往村庄探勘1次，结合北京乡村独特的自然生态资源，将地质地貌、动植物科普融入旅行体验。
- 发布内容：计划在6月推出不少于5条精品乡村旅游线路。
- 发布媒体：新媒体渠道发布5频次以上，传统媒体发布2频次以上。

2、京郊夏日清凉启程线路设计推广

- 线路内容：推出京郊夏日清凉避暑主题线路，串联戏水、山林等清凉元素，记录游客参与峡谷徒步、观赏瀑布的过程。
- 发布内容：计划在7月推出不少于5条精品乡村旅游线路。
- 发布媒体：新媒体渠道发布5频次以上，传统媒体发布2频次以上。

3、夏日奇幻之旅线路设计推广

- 线路内容：围绕夏季特色旅游内容活动，包括玻璃栈道、

高山滑水、森林氧吧等，为市民营造夏日奇幻旅程。

- 发布内容：计划在7月推出不少于5条精品乡村旅游线路。
- 发布媒体：新媒体渠道发布 5 频次以上，传统媒体发布 3 频次以上。

4、星空露营线路设计推广

- 线路内容：围绕乡村露营基地、特色露营活动展开宣传。
- 发布内容：计划在8月推出不少于5条精品乡村旅游线路。
- 发布媒体：新媒体渠道发布 5 频次以上，传统媒体发布 2 频次以上。

5、演艺主题自然路线设计推广

- 线路内容：前往村庄探勘 2 次，结合北京乡村特色民俗演艺资源，包含特色表演、文艺场所等地点，推出演艺主题相关路线。
- 发布内容：计划在8月推出不少于5条精品乡村旅游线路。
- 发布媒体：新媒体渠道发布 5 频次以上，传统媒体发布 5 频次以上。

6、丰收美食主题线路推广设计

- 线路内容：前往村庄探勘2次，在北京乡村特色水果、蔬菜成熟丰收的时间，推出丰收美食主题路线。
- 发布内容：计划在9月推出不少于5条精品乡村旅游线路。
- 发布媒体：新媒体渠道发布 5 频次以上，传统媒体发布 5 频次以上。

7、家庭欢聚主题线路设计推广

- 线路内容：前往村庄探勘 1 次，线路以自然景观的优美为核心，巧妙融合了丰富的游乐设施，确保每一位家庭成员，无论是饱经沧桑的老人还是活泼好动的孩子，都能在其中找到乐趣，度过一个轻松愉快的假期。
- 发布内容：计划在 9 月份推出不少于 5 条精品乡村旅游线路。
- 发布平台：新媒体渠道发布 10 频次以上，传统媒体发布 5 频次以上。

8、美食主题线路设计推广

- 线路内容：前往村庄探勘 4 次，深挖北京乡村特色美食资源，打造沉浸式美食之旅，活动开端发布美食推介文章，并在线上联动微博、小红书等平台发布内容。
- 发布内容：计划在 10 月推出不少于 10 条精品乡村旅游线路。
- 发布平台：新媒体渠道发布 5 频次以上，传统媒体发布 2 频次以上。

9、趣滑雪主题线路设计推广

- 线路内容：以乡村为出发点，推荐滑雪线路，涵盖滑雪场、周边温泉酒店、特色美食等内容。
- 发布内容：计划在 11 月推出不少于 5 条精品乡村旅游线路。

- 发布平台：新媒体渠道发布 5 频次以上，传统媒体发布 2 频次以上。

10、冬季年味主题线路设计推广

- 线路内容：前往村庄探勘 1 次，推出冬季传统民俗、冰雪、温泉等冬季主题年味线路，让广大市民在冬季来到乡村，感受特色乡村民俗魅力。
- 发布内容：计划在 12 月推出不少于 5 条精品乡村旅游线路。
- 发布平台：新媒体渠道发布 5 频次以上，传统媒体发布 5 频次以上。

二、宣传内容汇总

1、发布时间：6 月-12 月

2、发布内容：路线推荐长图不少于 20 张，视频不少于 20 支，推文不少于 10 篇。

3、新媒体渠道发布：北京发布、文明北京、京报网、北京城市广播 FM1073、桃桃游北京等 10 家以上微博、抖音、小红书等新媒体平台。

4、传统媒体报道：北京日报、北京晚报、北京青年报、北京商报、北京广播电视台、新京报、北京文艺广播、千龙网、中国青年网、北京交通广播、中工网、中国旅游新闻、凤凰网等 30 家以上主流媒体平台。

附件二：项目费用明细

序号	项目明细	计量单位	金额		
			数量	单价	报价
一	乡村旅游资源推广活动				485,000.00
1	宣传视频拍摄				277,500.00
(1)	新媒体渠道发布	次	17.00	10,000.00	170,000.00
(2)	视频编导（1人周期25天）	人	25.00	800.00	20,000.00
(3)	视频摄像（2人周期20天）	人	40.00	800.00	32,000.00
(4)	视频剪辑（2人周期30天）	人	60.00	800.00	48,000.00
(5)	视频包装（1人周期15天）	人	15.00	500.00	7,500.00
2	设计费用				170,000.00
(1)	20张宣传地图以及配套延展设计	套	20.00	2,000.00	40,000.00
(2)	设计费（宣传图片、海报等物料设计）	套	5.00	2,000.00	10,000.00
(3)	新媒体稿件撰写	篇	10.00	2,000.00	20,000.00
(4)	新媒体渠道发布	次	10.00	10,000.00	100,000.00
3	传播费用				7,500.00
(1)	小红书KOC发帖讨论	人	15.00	500.00	7,500.00
4	踏勘费用				30,000.00
(1)	选题策划设计、实地踏勘	次	10.00	3,000.00	30,000.00