

合同编号：京文旅合同(2025)106号

京津冀文旅协同发展系列活动委托合同

项目名称：京津冀文旅协同发展系列活动

甲方（委托方）：北京市文化和旅游局

乙方（受托方）：北京浩瀚博宇文化发展有限公司

鉴于甲方在 京津冀文旅协同发展系列活动 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 京津冀文旅协同发展系列 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，经协商达成一致，签订本合同并共同遵守。

1、项目内容

1.1 本合同目的：按要求完成京津冀文旅协同发展系列活动

1.2 本项目中，乙方负责下述工作：

- （1）本项目活动策划，包括制订、撰写策划方案。
- （2）具体落实和实施策划方案。
- （3）相关宣传用品设计、制作、发放。
- （4）进行媒体宣传。
- （5）其他甲方交办的，为实现甲方合同目的的工作。

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 1、2。

2、项目要求

2.1 本项目地点：京津冀及国内相关区域。

2.2 本项目期限：合同签订之日起至 2025 年 12 月 31 日止。

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 1、2 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、费用及支付

3.1 乙方就本项目获得的报酬总额：人民币大写 叁佰叁拾贰万伍仟元整 小写 3325000.00 （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）第三方监测、评估的费用。

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/内部评审的，按照甲方财务规定执行。

3.2 支付方式和时间

3.2.1 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15个工作日内，甲方将本项目报酬总额的70%（即人民币2327500.00）支付给乙方。

3.2.2 验收后付尾款

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15个工作日内，甲方将合同剩余款项（即人民币997500.00）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。

3.3 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。

4、项目策划与实施

4.1 乙方应根据本项目目标及甲方要求于本合同生效后15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3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。

4.2 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。

4.3 双方确定，在本合同有效期内，乙方指定侯海波 13911004645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。

4.4 乙方有义务在项目实施后，在实施各阶段分阶段2次向甲方报告项目进展情况。

5、宣传用品的设计制作

5.1 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：

5.1.1 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。

5.1.2 乙方应于 项目宣传工作启动10个工作日内完成宣传用品的图文设计，并将设计成果交付甲方验收。

5.1.3 设计方案经甲方验收合格的，乙方应于验收合格后 5 日内向甲方提供宣传品成品的样品，并取得甲方书面认可。

5.1.4 甲方书面认可样品后，乙方应于甲方书面认可后 5 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。

5.2 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责任，并且乙方应赔偿由此给甲方造成的一切损失。

6、媒体宣传

6.1 媒体发布基本内容（详见附件 2 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）。

6.2 宣传样片

6.2.1 本项目媒体宣传如采用甲方提供的 示例 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。

6.2.2 如宣传样片由乙方制作，则乙方应于 正式活动开始前10个工作日内 将宣传样片初稿提交甲方审核，征得甲方书面同意后 5 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 5 % 作为违约金，并赔偿甲方的相应损失。

6.3 媒体发布时间表及编排方式（详见附件 2）

6.4 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。

6.5 乙方负责监测机构提供本项目媒体发布期内甲方宣传的监测报告，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。

7、项目验收

7.1 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。

7.2 本项目工作成果的验收方法：甲方 验收。

7.3 验收的时间和地点：项目结束后一周内甲方指定地点。

7.4 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。

8、知识产权权利归属及侵权处理

8.1 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。

8.2 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。

8.3 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。

8.4 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。

8.5 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。

9、保密

9.1 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。

9.2 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。

9.3 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3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。

9.4 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。

9.5 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。

9.6 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2年内持续有效。

10、 违约责任

10.1 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。

10.2 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5%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10%时，甲方有权终止本合同，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。

10.3 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5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。

10.4 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。

11、 法律适用和争议解决

11.1 本合同适用中华人民共和国法律。

11.2 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二种争议解决方式：

(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。

11.3 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。

12、不可抗力

12.1 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。

12.2 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3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。

12.3 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。

12.4 如果因不可抗力的影响致使本合同中止履行15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。

13、合同生效及其他

13.1 本合同自双方签字盖章之日起生效。

13.2 本合同一式陆份，甲乙双方各执叁份，具有同等法律效力。

13.3 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。

13.4 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。

13.5 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。

13.6 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。

13.7 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。

13.8 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。

13.9 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。

本合同附件为：

1、京津冀文旅协同发展系列活动策划方案和实施方案

2、京津冀文旅协同发展系列活动宣传方案、安保方案及其他保障方案

3、 京津冀文旅协同发展系列活动费用明细

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)

林亮

乙方：北京浩瀚博宇文化发展有限公司

(加盖公章)

法定代表人或委托代理人：

(签字或签章)

王博

法定代表人：

法定代表人：王博

地址：

地址：北京市海淀区复兴路47号天行建商务大厦

16层1806室

开户行：

开户行：招商银行股份有限公司北京东三环支行

银行地址：

银行地址：招商银行股份有限公司北京东三环支行

户名：

户名：北京浩瀚博宇文化发展有限公司

帐号：

帐号：110913373810901

邮编：

邮编：

电话：

电话：17600877712

传真：

传真：

电子邮箱：

电子邮箱：917108648@qq.com

2015年8月25日

2015年8月25日

附件一：

京津冀文旅协同发展系列活动 策划方案和实施方案

一、京津冀文化协同发展活动

随着京津冀协同发展战略的深入推进，三地交通互联互通、文旅深度融合迎来新机遇。为进一步落实扎实推动京津冀地区文旅发展工作要求，充分展示区域发展成果，特策划本次“京津冀新春文旅系列活动”。

1.活动主题：“欢乐京津冀，一起过大年”京津冀新春文旅系列活动（暂定）

2.参加人员：拟定文旅部资源司、北京市委宣传部、京津冀联合办、京津冀文旅专题工作组领导，京津冀三地（市、区、县）文旅部门代表、专家、学者、企业代表、演职人员、工作人员等。

3.启动仪式：紧扣京津冀文化协同发展主线，激活文旅消费潜能。邀请京津冀三地相关领导，以融合三地文化元素的特色表演开场，同步预告后续活动内容；集中展演京剧、天津相声、河北杂技等经典文艺，穿插多地非遗绝活展示，彰显三地文化底蕴，促进区域文化交流；精心打造主题打卡点，融入京津冀特色文化元素，配套发放文旅纪念品与优惠券，设置入境游产品展示专区并提供专业咨询服务，全方位提升游客体验。

二、京张体育文化旅游带活动

1.参加人员：拟定邀请文旅部资源司、北京市体育局领导及相关处室负责人，张家口、延庆、石景山、门头沟、朝阳等文旅

部门负责人，相关行业协会，徒步爱好者、媒体等。

2. 活动安排：

2.1 装备展示。徒步及露营装备、文旅资源、线路产品等

2.2 现场交流。徒步爱好者、中外人员户外旅游交流等

2.3 致辞推介。领导、嘉宾致辞，分享旅游体验，发布京张主题徒步线路

2.4 出发仪式。彩带枪鸣枪启动—开启行走京张长城体验之旅

三、区域文旅交流推广活动

1. 京津冀走进成渝地区

活动围绕深入构建跨区域文旅合作机制，搭建产业合作平台、共创文旅融合市场，打造跨区域文旅协作品牌等目标，推动两区域间头部、有影响力的文旅企业强强合作，互送客源，开展文旅资源、入境游等宣传推介。

1.1 活动主题：携手聚力 创新赋能

1.2 参加人员：拟定京津冀文旅部门领导、工作人员，相关区、头部企业代表等。

1.3 主题宣传交流活动：以多元化视角，围绕文旅特色、资源禀赋等维度，深度探讨京津冀与成渝地区文旅发展潜力，为游客提供品质化选择参考，助力优化入境游住宿服务体系，从政策导向、市场趋势等方面，深入剖析京津冀与成渝文旅市场的入境游后续发展路径，拓宽传播渠道，为活动注入国际活力。

2. 京津冀走进粤港澳

配合“京津冀携手粤港澳—区域协同发展文旅推介活动”的基础上，进一步促进成果转化，组织开展“2025年京津冀走进粤港澳文旅主题宣传推介活动”。

四、京津冀自驾驿站服务规范试点推广活动

为推动京津冀地区自驾游市场的健康发展，提升自驾驿站服务水平，加强地区间文化交流与合作。宣贯《京津冀自驾驿站服务规范》地方标准，促进京津冀自驾驿站试点单位间的交流与合作，推广自驾游文化，丰富车旅生活体验。

1.活动内容：京津冀地区非遗展演、车旅主题展、后背箱集市、音乐大篷车互动演出、自驾游攻略分享、自驾巡游发车等。

2.活动地点：自驾驿站相关点位

3.参加人员：拟定京津冀文旅部门代表、自驾游俱乐部会员、媒体记者、自驾旅游达人、旅行社门店员工。

4.活动流程：领导致辞、数字自驾驿站重点内容发布、新晋自驾驿站试点单位授牌、主题自驾线路发布、文艺表演、车旅主题展示、后背箱集市、互动体验、自驾游攻略分享和自驾巡游发车仪式。

五、配套系列活动 京津冀文旅消费季

充分发挥各级夜间文旅消费集聚区在消费引领上的示范作用，着重培育文创市集等多元业态，全力打造“夜游京津冀”品牌矩阵。同时，携手美团等生活服务平台，实现线上线下一体化推广。构建“政府引导+平台赋能+主旨展示+企业联动”的合作机制，系统整合夜间住宿、娱乐等消费要素，致力于提升夜间经济对区域文旅消费的带动效能。运用传统媒体与新媒体渠道，广泛传播文旅消费信息，提高公众对文旅消费优惠政策的认知度与参与度。发布年度旅游列车计划。为京津冀游客提供了更加多元的旅游出行方式，为三地文旅产业深度合作搭建全新的平台，进一步促进三地文旅资源互相导入，构建优势互补的跨区域文旅产业市场，推动区域经济文化深度交流和高质量联动发展。

1.活动主题：文旅京津冀 携手促消费（暂定）

2.京津冀文旅消费市集：开展市集，集中展示京津冀地区非遗传承、传统工艺、老字号传承、文创产品、特色美食、图书馆阅读推广交流，组成以京津冀“非遗好物”“文创集锦”“美食品鉴”“爱上阅览”“户外潮玩”等为主题的京津冀文旅消费季市集。

3.小型文艺演出活动（市集活动期间）：推出京津冀特色文艺演出，旨在全方位展示三地丰富的文化底蕴，活跃市集氛围，促进区域间文化交流与融合，让观众沉浸式感受传统文化的独特魅力。在市集区域还将穿插民间非遗表演，现场展示传统技艺，讲述非遗项目背后的历史故事，让游客在购物游玩的过程中，深度领略三地非遗文化的魅力。

4.京津冀精品旅游列车开行活动

4.1 活动主题：铁旅融合 区域联动

4.2 活动地点：京津冀三地相关点位

4.3 参加人员：拟定文旅部资源司、国铁集团、京津冀协同办、京津冀文旅局（厅）、北京铁路局领导，演职人员、工作人员、列车游客等参加。

4.5 活动流程：包括播放京津冀、铁旅宣传片，现场文旅产品展示、文艺表演，领导致辞、共同启动，站台送客等。

附件二：

京津冀文旅协同发展系列活动 宣传方案、安保方案及其他保障方案

一、宣传方案

目标：精准触达，依托本次活动吸引力与参与者自发分享扩大影响。

核心渠道与动作

官方平台：三地文旅局公众号/微博（如“北京文旅”“天津文旅发布”“河北文旅”）提前发布活动预告，重点推广实用信息；活动期间腹部现场亮点。

合作方借势：联动京津冀重点景区、旅行社、文旅企业的公众号/抖音号，转发活动信息。

定向推送：

成渝客源：成都/重庆文旅部门在其公众号发布预告；成渝本地生活号发布攻略。

自驾群体：汽车俱乐部社区发布“试点驿站导航地图”。

本地居民：社区公告栏贴海报，合作学校/工会推“亲子/家庭游”线路。

二、安保方案

目标：确保活动不发生事故、不拥堵，快速处理突发情况。

（一）重点活动安保措施

京津冀文旅主场

入口安检：查打火机/刀具，嘉宾单独通道；按展厅限流，设单向路线，主舞台旁留应急通道。

京张徒步活动

路线排查：提前查落石/陡坡，设警示牌；天气不好就延期。

沿途安保：徒步活动配安保点，起点/终点周边道路设置标识，拟定摆渡车接送。

自驾驿站推广

会议现场：入口核验邀请函，安检门查危险品；会场安排专人控秩序。

驿站管理：首批试点驿站提前查充电桩/消防器材，设“安全提示牌”；周边规划停车位，工作人员引导车辆。

配套活动

专列：拟定乘务员提醒保管物品，上下车疏导；老年游客有志愿者帮。

市集：设硬隔离围栏，分区单向通行；美食摊配灭火毯，公安巡逻调解纠纷。

（二）应急处理

拥挤踩踏：工作人员马上引导分流，公安增援，医疗组救伤员，必要时暂停活动。

恶劣天气：提前看预报，通过公众号通知延期或换室内场地。

设备故障：运维到场维修，启动备用方案。

治安事件：公安就近处理，监控保留证据，工作人员安抚其他游客。

三、其他保障方案

目标：让活动体验顺心，配套服务跟得上。

（一）交通保障

自驾：试点驿站周边确定停车位；主会场周边引导社会车辆停地下，拟定公交/地铁接驳。

公共交通：专列按点发车，提前公布时刻表。

（二）医疗急救

活动现场配救护车、医护人员、急救包。

（三）物资与通讯

提前备好警戒线、扩音器、应急灯。

安保/医疗/组委会配备对讲机，实时沟通；工作人员佩戴工作证，方便游客求助。

（四）天气与特殊准备

提前查天气预报，户外活动（徒步/市集）备雨棚/遮阳伞；雨天备一次性雨衣。

附件三：

京津冀文旅协同发展系列活动费用明细

序号	名称	单价	单位	数量	合计
1	京津冀文旅协同发展活动	970000	项	1	970000
2	京张体育文化旅游带活动	380000	项	1	380000
3	区域文旅交流推广活动	850000	项	1	850000
4	京津冀自驾驿站服务规范试点推广活动	670000	项	1	670000
5	配套活动	460000	项	1	460000
	合计：				3325000

