

合同编号：

市场宣传推广、活动策划合同

项目名称：红色旅游、冰雪旅游和中轴线旅游服务发展项目

甲方（委托方）：北京市文化和旅游局

乙方（受托方）：北京京旅恒展国际会展有限公司

鉴于甲方在红色旅游、冰雪旅游和中轴线旅游服务发展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红色旅游、冰雪旅游和中轴线旅游服务发展项目进行策划、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 项目内容

（一）红色旅游推广

1. 打造红色旅游主题线路

紧扣纪念长征胜利90周年、中国共产党成立105周年等重大主题，深入挖掘北京红色文化内涵，整合串联分散的红色资源，结合七一党的生日、十一国庆节及新评定的红色旅游融合发展区、红色旅游景区（点）设计推出多条主题鲜明、教育意义深刻的红色旅游线路。线路侧重红色旅游资源与周边其他资源有机结合，侧重促消费、促指标任务完成，推动红色旅游融合发展，让红色主题精品线路内容更丰富、形式更新颖。

2. 开展新申请红色景区评定

依据《北京市红色旅游景区(点)评定管理办法》，2026年将开展北京市红色旅游景区（点）新申请评定工作。重点指导和引导各区围绕展现国家形象、体现科技进步和新质生产力、新时代大国重器等场所申请评定红色旅游景区（点），进一步丰富北京红色旅游资源新供给。

3. 开展红色讲解员专题培训

紧扣红色旅游推广需求，参照文旅部“五好”讲解员标准，邀请党史专家、资深讲解员及行业精英授课，深挖红色文物背后故事，专项强化语言表达、形体礼仪、临场应变等专业技能。着力打造一支首都红色旅游高素质专业讲解队伍，让红色故事传播更具穿透力与感染力，为2027年红色故事讲解员大赛提供优质人才队伍，也为了红色旅游高质量发展。

4. 做好红色旅游地图更新

更新推出2026年《北京红色旅游地图》，内容涵盖北京市行政区域内北京市红色旅游景区（点）的分布信息及部分简介，重点呈现中国共产党早期北京革命活动、抗日战争、新中国成立三大红色文化主题片区相关内容，兼顾京津冀部分重点红色旅游资源点。

在地图背面推出新的红色旅游主题精品线路，为市民和游客体验北京红色文化、学习红色历史、弘扬红色精神、开展红色旅游提供实用指南，为机关事业单位开展党日和红色主题活动提供出行参考。

（二）冰雪旅游推广

1. 打造冰雪旅游主题线路

聚焦奥运遗产利用，用好冬奥场馆、专业雪场、休闲冰场、主题冰雪乐园等核心冰雪资源，深度整合沿线“吃住行游购娱”全链条服务。打造多条涵盖专业滑雪、冬奥文化、亲子戏雪、冰雪民俗等的冰雪旅游主题线路，让游客在沉浸式感受冰雪魅力的同时，全方位解锁冬季旅游新乐趣，助力冰雪旅游品牌出圈。

2. 推出冰雪旅游地图

策划推出北京冰雪旅游地图，全景式整合呈现北京冬季核心文旅资源。聚焦冬奥场馆、专业滑雪场、主题冰雪乐园、暖冬温泉酒店等核心场景，系统收录沿线“吃住行游购娱”配套信息，分类标注、清晰指引，为市民游客打造一站式冰雪出行信息指南。

3. 举办2026-2027北京冰雪文化旅游季活动

大力发展冰雪旅游系列活动，推动冬奥场馆赛后利用，促进冰雪旅游消费，打造具有影响力的冬季文旅品牌。发布特色冰雪旅游主题线路、冰雪旅游地图，联合各雪场、冰雪乐园等发布冰雪消费优惠。

（三）中轴线旅游

1. 推出北京中轴线特色旅游线路

落实《北京中轴线旅游服务发展专项行动计划（2026-2028年）》，深入挖掘中轴线历史脉络与文化内涵，着重中轴线文化价值阐释、国际语言表达，结合骑行、漫步等慢行系统，推出多条涵盖建筑史学、民俗文化、红色记忆、京城美食等不同主题鲜明、体验丰富的特色旅游线路和入境游产品。线路串联永定门、天坛、前门大街、天安门广场、故宫、景山、钟鼓楼等标志性遗产点，并融入胡同探访、老字号探店等深度体验环节。

2. 开展主题夜游活动

依托中轴线景观与建筑资源，举办中轴线主题夜游活动，丰富夜间文旅消费供给。联合东城区文旅局和西城区文旅局重点打造景山夜赏、什刹海夜游、前门夜购等特色项目；激发夜间经济活力，展现中轴线不同于白昼的独特魅力。

3. 加强北京中轴线文旅宣传推广

围绕中轴线这一核心 IP，整合多渠道资源，构建全方位、立体化的中轴线文旅宣传体系。邀请主流媒体和新媒体采访报道推广体验活动、夜游活动，主流媒体不少于40家，新媒体不少于20家。

（四）推动康养旅游

继续加大对北京康养旅游资源的挖掘，持续深化中医药文化旅游产品开发和新场景、微场景打造，推出新的北京康养旅游线路、中医药健康旅游产品。

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、活动现场物料包含但不限于背景板、易拉宝、宣传手册等。
- （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 项目方案。

2、 项目要求

2.1 本项目地点：北京市。

2.2 本项目期限：自合同签订之日起至2026年12月，成果验收，项目结项。

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 项目方案 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。

2.5 乙方完全遵守《中华人民共和国妇女权益保障法》中关于“劳动和社会保障权益”的有关要求。

3、 甲方提供的协作事项

3.1 资料：红色旅游、冰雪旅游和中轴线旅游服务发展项目相关资料。

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：壹佰柒拾柒万玖仟元整
小写：¥1,779,000.00（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）。

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。

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10个工作日内，甲方将本项目报酬总额的50%（即人民币大写：捌拾捌万玖仟伍佰元整 小写：¥889,500.00）支付给乙方。

如因不可控情况，项目未能如期举办，甲乙双方互不承担相应责任，但乙方因此项目所发生的相关费用，经双方结算后，甲方给予支付乙方。

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，甲方将合同剩余报酬总额的50%（即人民币大写：捌拾捌万玖仟伍佰元整 小写：¥889,500.00）支付给乙方。

(1) 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，乙方指定王丹为乙方项目联系人，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、制作宣传用品。其中：

6.1.1 宣传用品的设计、印制、包装均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项目方案。

6.1.2 乙方应于活动具体举行前20天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 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（详见附件项目方案，就发布内容、使用媒体、时

长规格、次数/数量等进行约定)。

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20日前将宣传样片初稿提交甲方审核,征得甲方书面同意后15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10%作为违约金,并赔偿甲方的相应损失。

7.3 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。

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:甲方验收。

8.3 验收的时间和地点:2026年12月31日前 北京。

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30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10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7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15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 90 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

附件一 项目方案

一、红色旅游推广

（一）打造红色旅游线路

1. 工作思路

深入挖掘北京红色文化内涵，系统整合三大红色文化主题片区及新评定的红色旅游融合发展区、红色景区资源，围绕纪念长征胜利90周年、中国共产党成立105周年进行线路策划。

2. 推出红色旅游线路

突出红色资源与周边商业街区、乡村民宿、文创空间等业态的深度融合，强化消费场景嵌入与停留时长延伸，推动红色旅游从单一参观向沉浸式、复合型文旅体验升级。

（二）开展新申请红色景区评定

按照《北京市红色旅游景区(点)评定管理办法》，开展2026年北京市红色景区(点)评定工作，指导和引导各个区重点挖掘展现国家形象、体现科技进步和新质生产力、新时代大国重器以及举办重大活动的场所，丰富北京市红色旅游资源的类型和内涵，提升景区(点)的整体质量和服务水平。

（三）开展红色讲解员专题培训

为深入贯彻落实关于用好红色资源、传承红色基因的重要指示精神，紧扣新时代红色旅游高质量发展需求，参照文化和旅游部关于“政治思想好、知识储备好、讲解服务好、示范带头好、社会影响好”的“五好”讲解员标准，举办红色讲解员专题培训班。

培训旨在通过整合优质师资力量，深度挖掘首都红色文化资源，聚焦讲解员专业技能与综合素养的全面提升，着力锻造一支政治过硬、业务精湛、作风优良的首都红色旅游高素质专业讲解队伍。培训

将以提升红色故事传播的穿透力与感染力为核心,为即将到来的2027年全国红色故事讲解员大赛储备优秀人才,并为首都红色旅游持续高质量发展奠定坚实的人才基础。

(四) 做好红色旅游地图更新

更新推出2026年《北京红色旅游地图》,内容涵盖本市行政区域内的最新全国红色旅游经典景区、全国爱国主义教育基地、北京市红色旅游景区(点)、北京市爱国主义教育基地的分布信息及部分简介,重点呈现中国共产党早期北京革命活动、抗日战争、新中国成立三大红色文化主题片区相关内容,兼顾京津冀部分重点红色旅游资源点。

在地图背面推出新的红色旅游主题精品线路,为市民和游客体验北京红色文化、学习红色历史、弘扬红色精神、开展红色旅游提供实用指南。

二、冰雪旅游推广

(一) 打造冰雪旅游主题线路

1. 工作思路

以冬奥场馆为核心文化IP,联动专业雪场的优质滑雪设施,强化沉浸式体验,深挖冰雪文化与地域特色,打造差异化冰雪旅游线路产品。

2. 推出冰雪旅游线路

针对不同游客群体的需求,构建集“吃住行游购娱”一体化消费体验的冰雪旅游线路,拟定推出线路。

(二) 推出冰雪旅游地图

推出《2026-2027北京冰雪旅游地图》,按功能属性划分四大核

心场景板块，全面整合冬奥场馆集群、专业滑雪场、主题冰雪乐园、暖冬温泉酒店核心资源，适配不同客群需求。

（三）举办 2026-2027 北京冰雪文化旅游季活动

- 1.活动主题：一起“趣”玩雪
- 2.活动时间：2026年12月7日
- 3.活动地点：国家游泳中心（拟定）

三、中轴线旅游

（一）推出北京中轴线特色旅游线路

1.工作思路

落实《北京中轴线旅游服务发展专项行动计划（2026-2028年）》的部署，以“差异化资源、精准化受众、沉浸式体验”为核心进行策划，同时新增红色、研学、古风、城际联动等特色主题，适配不同客群与推广场景。

在线路中融入“最美漫步道”的体验设计，以步道为载体串联中轴线的历史文脉与城市生活。打造钟鼓楼到景山段、天安门到故宫段、正阳门到永定门段等多条既独立成景，又通过慢行系统有机串联的线路。

2.推出中轴线旅游线路

兼顾入境游与国内游，推出各有侧重，覆盖不同兴趣需求，同时串联核心遗产点的线路。

（二）开展主题夜游活动

- 1.活动主题：中轴流光·古今共生
- 2.活动时间：2026年7月23日 大暑节气
- 3.活动地点：中轴线大栅栏街区（拟定）

（三）加强北京中轴线文旅宣传推广

紧扣“特色线路、夜游活动、立体宣传”三大核心，围绕中轴线核心 IP，整合多渠道资源，构建全方位、立体化的中轴线文旅宣传体系，旨在将“北京中轴线”从地理概念转化为具有高辨识度、强吸引力的国际文旅 IP。

四、推动康养旅游

（一）工作思路

紧扣北京“发展康养旅游、打造入境旅游首选地”目标，以“身心平衡”“经络能量”为切入点，将中医药诊疗、八段锦、汤泉药浴等传统资源与皇家园林、胡同院落等旅游场景结合，整合中医康复、节气饮食、自然疗愈、非遗手作等多元体验进行策划。

（二）推出康养旅游线路

推出中医药康养旅游线路，其中包括入境游中医药康养旅游线路和北京中医药康养文化体验线路。

五、时间计划

5月，完成红色旅游景区（点）评审工作筹备、专家组组建；红色旅游、中轴线旅游线路策划。

6月，启动红色旅游景区（点）自评、评定工作；中轴线主题活动策划。

7月，开展红色旅游景区（点）评定现场踏勘工作，发布纪念长征胜利90周年主题线路，完成举办中轴线主题活动。

8月，开展红色故事讲解员培训，策划纪念中国共产党成立105周年主题线路。

9-10月，完成推出纪念中国共产党成立105周年主题线路；推

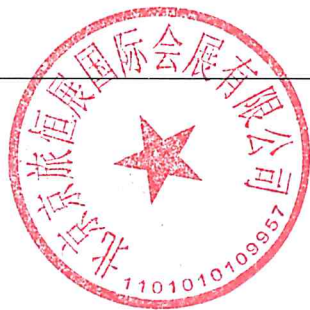
出康养旅游线路。

11月，完成2026-2027北京冰雪文化旅游季筹备。

12月，完成举办2026-2027北京冰雪文化旅游季活动；成果验收，项目结项。

附件二 费用明细

序号	分项名称	单价（元）	数量	合价（元）	备注/说明
1	红色旅游推广	403,800.00	1	403,800.00	无
2	冰雪旅游推广	583,700.00	1	583,700.00	无
3	中轴线旅游	358,602.00	1	358,602.00	无
4	推动康养旅游	125,000.00	1	125,000.00	无
5	宣传部分	80,000.00	1	80,000.00	无
6	人员部分	127,200.00	1	127,200.00	无
7	税金	100,698.00	1	100,698.00	无
总价（元）				1,779,000.00	无



授权委托书

本人魏威系北京京旅恒展国际会展有限公司的法定代表人，现委托王丹为我方代理人。代理人根据授权，以我方名义进行合同签署、澄清确认红色旅游、冰雪旅游和中轴线旅游服务发展项目有关事宜，其法律后果由我方承担。

委托期限：自本授权委托书签署之日起至响应有效期届满之日止。

代理人无转委托权。

投标人名称（加盖公章）：北京京旅恒展国际会展有限公司



法定代表人（签字或签章）：_____



委托代理人（签字或签章）：_____

日期：2026年04月17日

北京市文化和旅游局合同签订授权委托书

本授权委托书声明：郭怀刚局长系北京市文化和旅游局的法定代表人，其授权委托徐振涛为代理人，在其主管(负责)的资源开发处职责范围内、金额 500 万元(不含)以下的合同事项，以北京市文化和旅游局的名义对外签署合同。该授权有效期为自 2026 年 1 月 1 日起至 2026 年 12 月 31 日止。

代理人无权转委托。

特此委托。

代理人姓名：徐振涛

代理人职务：北京市文化和旅游局副局长

代理人签字样本：徐振涛

单位盖章：

法定代表人签章：



2026 年 1 月 1 日

