

北京福彩商业综合体宣传项目服务合同

甲方：北京市福利彩票发行中心

联系人：沈立斌

电话：010-62037025

电子邮箱：shichang-1@mail.bwlc.net

通讯地址：北京市西城区西直门外南路4号

乙方：零贰零贰（北京）传媒科技有限公司

联系人：谭华

电话：13801200102

电子邮箱：lingerlinger2026@163.com

通讯地址：北京市朝阳区朝阳北路80号院

依据《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国政府采购法》等有关法律法规，以及本采购项目的招标文件等采购文件、《投标文件》及《中标通知书》，经友好协商，甲乙双方签订本合同。具体内容如下：

第一条 合同文件

下列文件构成合同的组成部分，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：

1.1 合同条款

1.2 中标通知书



1.3 补充协议

1.4 投标文件（含澄清文件）

1.5 招标文件（含招标文件补充通知）

第二条 服务内容

2.1 甲方委托乙方开展北京福彩商业综合体宣传投放、设计、制作、安装、运维、监测及报告编制等全流程服务工作。

2.2 项目投放数量及周期

点位形式	序号	投放位置	投放频次 (天)	投放周期 (周)	备注
商场 LED 大屏	1	北京朝阳合生汇	15 秒/60 次/天	12 周	
	2	世纪金源购物中心	15 秒/60 次/天	12 周	
	3	国瑞购物中心	15 秒/60 次/天	12 周	
	4	北京华联购物中心（常营北路店）	15 秒/60 次/天	12 周	
	5	枫蓝国际购物中心	15 秒/60 次/天	12 周	
	6	龙湖北京大兴天街	15 秒/60 次/天	12 周	
	7	北京龙湖亦庄天街	15 秒/120 次/天	6 周	
	8	万达广场（丰科店）	15 秒/120 次/天	6 周	
	9	龙湖长安天街	15 秒/120 次/天	12 周	
	10	通州万象汇	15 秒/60 次/天	12 周	
	11	瀛海环宇坊	15 秒/120 次/天	6 周	
	12	北京悦荟（南环路店）	15 秒/120 次/天	6 周	
	13	超极合生汇	15 秒/120 次/天	6 周	
	14	北京华贸购物中心	15 秒/120 次/天	12 周	
		新奥购物中心	15 秒/120 次/天	12 周	备选点
地下 车库 灯箱	1	龙湖北京大兴天街	全天	12 周	
	2	华贸购物中心	全天	12 周	
	3	通州万象汇	全天	12 周	
	4	亦庄天街	全天	12 周	
	5	华贸天地	全天	12 周	
	6	北京华联购物中心（常营北路店）	全天	12 周	
	7	枫蓝国际购物中心	全天	12 周	
	8	超级合生汇	全天	12 周	
	9	万达广场（丰科店）	全天	12 周	
	10	国瑞购物中心	全天	12 周	

	龙湖长楹天街	全天	12 周	备选点
	新奥购物中心	全天	12 周	备选点
	北京朝阳合生汇	全天	12 周	备选点
	世纪金源购物中心	全天	12 周	备选点

备注：以上点位为拟定，每个点位投放 1 块，因场地等突发客观原因无法实施时，启用备选点位（根据实际所需替换周期进行发布），保障项目落地执行。

2.3 投放制作要求

2.3.1 投放形式、数量及时长。本次投放分为两类媒介，商场 LED 大屏不少于 14 块、地下车库灯箱不少于 10 块，合计点位不少于 24 块，所有点位统一同步启动投放，宣传节奏统一、宣传效果连贯完整，宣传海报由乙方根据甲方的要求进行设计，公益宣传片原片由甲方提供，乙方负责修改以适配商场 LED 大屏的播放要求。

2.3.1.1 商场 LED 大屏：总计不少于 14 块，每个点位单条公益广告视频时长不少于 15 秒/次，每日播放时长不少于 900 秒，最终满足总播放时长不少于 75600 秒。各点位严格执行每日约定播放频次，单块大屏每日实际累计播放总时长不得低于标准核算时长，单点位全周期累计播放总时长不得低于最低要求总时长。

2.3.1.2 地下车库灯箱：不少于 10 块，全部点位统一投放周期 12 周。

2.3.2 投放范围

2.3.2.1 商场 LED 大屏：投放点位位于北京市城区核心商圈已布设福彩销售网点的商业综合体，如通州万象汇、万达广场（丰科店）、北京朝阳合生汇、龙湖北京大兴天街、

国瑞购物中心等区域。

2.3.2.2 地下车库灯箱：投放点位位于北京市城区核心商圈已布设福彩销售网点的商业综合体，如大兴龙湖天街、华贸购物中心、国瑞购物中心、通州万象汇、亦庄天街等区域。

所有投放点位优先选择客流量大、年轻群体集中、地理位置优越、视觉展示效果佳的点位，重点布局商场中庭、主出入口、地下车库等核心区域，覆盖休闲购物、日常消费、自驾车辆购物停车多元线下场景，精准触达年轻客群、城市主流消费人群、自驾增量受众。

2.3.3 宣传内容。以福利彩票“扶老、助残、救孤、济困”发行宗旨、公益理念、责任彩票宣传、合规经营、品牌形象展示为核心，可结合福彩公益故事、品牌文化、合规购彩知识、营销活动等内容设计传播。整体风格贴合福彩阳光、公益、健康的品牌定位；宣传内容严禁出现诱导购彩、夸大宣传、承诺中奖、低俗违规等违反《广告法》《彩票管理条例》的内容。

2.3.4 设计、制作及材质/播放要求

2.3.4.1 创意设计：乙方需根据甲方宣传要求、福彩公益属性，匹配LED大屏、地下车库灯箱载体尺寸与展示特性，完成公益广告画面、宣传视频创意加工设计，提供不少于4版海报设计小样供甲方筛选。公益广告画面要求主题鲜明、创意新颖、构图合理、色彩协调，视频画质要求高清、画面流畅，具备较强视觉冲击力。全部设计方案、静态稿件、视

频加工成片须提交甲方审核，根据甲方反馈意见免费修改完善，经甲方书面确认后方可正式制作上线；因乙方提交不合格稿件造成投放延误的，由乙方承担全部责任。

2.3.4.2 物料及播放材质要求：地下车库灯箱公益广告物料选用环保、耐用、防水、防晒、耐腐蚀的优质材料，适配商业综合体室内使用环境，保障完整投放周期内画面完整、色彩稳定、无破损脏污；LED 大屏需保障画质高清、画面稳定，无卡顿、花屏、黑屏问题，播放音量适中，不得干扰商场正常经营秩序。

2.3.4.3 画面/视频尺寸：严格沿用对应商场 LED 大屏、地下车库灯箱原厂标准规格，保证画面、视频与载体精准匹配。

2.3.5 上线时限。甲方正式下达投放指令后，全部公益广告点位须在 15 个工作日内完成创意定稿、物料制作、设备调试、内容上线及正式投放工作。

2.4 服务要求

2.4.1 乙方所报费用为本项目所有费用，包含但不限于公益广告创意设计、静态画面/宣传视频制作、点位资源投放、设备调试、现场安装布设、日常巡检维护、播放效果监测、受众调研、各类报告编制、现场人工服务、第三方审计配合、全部税费等相关费用。

2.4.2 乙方需结合项目需求编制完整投放方案，方案须列明详细点位清单，逐一系列明每个商业综合体点位名称、具体位置、媒体类型、媒体尺寸、投放形式、投放周期、每日

播放频次、点位人流量、位置说明等完整信息。

2.4.3 乙方须提供有效期内能完整覆盖涉及商业综合体公益广告点位资源的全部服务期自有资质证明或合法授权文件复印件，并加盖乙方公章，确保公益广告投放手续合规有效；投标文件中资质材料存在虚假、失效、无效情形的，视为严重违约，甲方有权单方解除合同。

2.4.4 乙方提交的投标文件须包含公益广告设计图样、创意理念及完整设计说明等，能够充分体现福彩公益宣传主题与完整创作思路。

2.4.5 乙方须制定完善的项目实施计划、全流程时间进度安排及组织实施方案，配备专业专属项目团队，保障公益广告设计、制作、调试、上线、运维全流程保质保量完成。项目负责人须具备丰富的商业综合体 LED 大屏、车库灯箱公益广告项目媒介广告宣传推广实操经验，设计团队具备专业公益广告、宣传视频创意及落地执行能力，并按要求提交项目负责人及主要团队人员简历；项目核心人员原则上不得擅自更换，确需调整须提前向甲方提交书面申请，经甲方同意后方可更换。

2.4.6 乙方须无条件接受甲方及甲方委托的第三方机构开展事中检查、事后审核、审计、绩效跟踪与宣传效果评估等工作，按甲方要求及时完整提供项目全套资料、播放运营数据、运维台账、实景素材等信息，全力配合完成后续绩效评价、审计等相关工作。

2.4.7 运维与应急保障。建立常态化点位巡查、巡检制

度与监督管理体系，落实安全保障措施。投放期间安排专人不定期实地巡检，核查 LED 屏播放状态、车库灯箱画面完好度。若出现画面破损、脏污、脱落、大屏卡顿黑屏、设备故障、漏播、少播、停播等问题，须做到 2 小时内响应并于 24 小时完成整改修复；因乙方故障、操作失误造成公益广告漏播、停播、少播的，按照漏播时长 1:1 无条件补投，同时按合同约定承担对应违约责任；乙方同步制定完善突发应急处置方案，并针对设备故障、播放违规等问题出具配套优惠赔偿方案。

2.4.8 严格遵守保密规定，未经甲方书面同意，不得将本项目设计稿件、宣传视频、宣传内容、项目资料、运营播放数据等用于本项目以外场景，不得向任何第三方泄露项目相关涉密信息。本项目执行过程中产生的全部工作成果，知识产权均归甲方所有；保密义务不因项目结束、合同终止失效，项目完结后乙方须返还全部纸质资料、永久删除全部电子涉密文件，出现泄密行为需承担全部法律责任与经济赔偿。

2.4.9 效果调研与报告提交。公益广告正式上线后 10 个自然日内，提交加盖甲方公章的上线报告；项目执行全过程中，乙方需聘请甲方认可的第三方机构开展公益广告投放实时监测，并开展受众满意度及宣传效果调研，每个投放点位有效调研问卷数量不低于 200 份，问卷维度包含公益广告发布质量、福彩品牌认知度、受众满意度、公益理念传播效果等，保证调研数据真实客观有效。项目全部投放结束后 15

个自然日内，提交由第三方机构出具并加盖公章的公益广告监测报告及项目整体结项报告，报告需包含项目投放概况、各点位投放明细、完整投放时间、大屏播放记录、现场实景图、受众人群分析、数据统计、宣传效果总结、审计配合情况等内容。同时将项目所有纸质、电子、影音类资料统一整理归档，完整移交甲方留存备查。

2.4.10 现场安装、设备调试作业严格遵守商场安全管理规范及国家安全生产相关规定，全面落实安全防护措施，杜绝安全事故；作业全过程不得影响商业综合体正常经营、市民购物及通行，现场全部安全责任由乙方全权承担。

2.4.11 所有公益广告投放、制作、上线播放行为，必须严格遵照《中华人民共和国广告法》《彩票管理条例》及实施细则、《北京市户外广告设施、牌匾标识和标语宣传品设置管理条例》等国家及北京市现行法律法规、管理规定执行，严禁制作、发布各类违规宣传内容。

第三条 双方的权利和义务

3.1 甲方的权利和义务

3.1.1 甲方有权在乙方提供的各项服务过程中提出合理整改要求，并有权追踪乙方的整改落实情况。

3.1.2 甲方有权利对乙方的服务情况和项目实施过程进行全程了解和沟通。

3.1.3 甲方有义务配合乙方协调和沟通有关部门，协助乙方解决本合同约定服务内容中需由甲方配合协调的有关问题。

3.1.4 甲方有义务按照合同约定的支付进度及时向乙方支付本合同约定的款项。

3.1.5 甲方负责提供公益广告宣传所需的文案、标识、素材等必要资料与信息，并及时对设计稿、宣传内容进行审核确认。

3.1.6 甲方可就公益广告画面、点位投放、运维服务存在的问题向乙方反馈，督促乙方及时处置整改。若乙方出现服务不达标、投放故障等问题且拒不整改或整改后仍达不到《北京福彩商业综合体宣传项目采购需求》及合同标准的，甲方有权单方解除本合同，并追究乙方全部违约责任及相应经济赔偿责任。

3.1.7 若乙方公益广告上线时效、投放质量、日常运维服务未达到本合同及采购需求约定标准，甲方有权单方面终止本合同。

3.1.8 如遇政策调整、福彩整体宣传规划变动，甲方可书面要求乙方调整公益广告内容、设计画面或点位投放安排，乙方须免费完成对应变更调整工作，不得另行收取费用。

3.1.9 乙方未全面履行本合同约定服务内容的，甲方有权解除本合同并追究乙方违约责任及相应赔偿责任。

3.2 乙方的权利和义务

3.2.1 乙方应当按照合同约定履行义务，满足甲方采购需求的要求。

3.2.2 乙方有权利向甲方提出合理化建议，由甲乙双方协商确定。

3.2.3 乙方有义务根据甲方的需求保质、保量、按时完成本合同约定的服务。

3.2.4 乙方有义务及时响应甲方在乙方提供的各项服务过程中提出的合理整改要求，并按时完成。

3.2.5 乙方有义务根据甲方招标文件相应的商务需求，合理调配资金和人员，全力保障项目顺利开展、如期完成。

3.2.6 对于甲方向乙方提供的内部资料、宣传素材、设计要求等信息，乙方须严格保密，承诺不向本项目以外任何第三方泄露。乙方保证本项目所完成的公益广告作品、服务成果不侵犯任何第三方知识产权，确保甲方不会遭受第三方提出的知识产权权利主张。

3.2.7 乙方应确保公益广告物料、画面制作、点位投放质量符合国家相关标准及合同约定要求。合同履行期间，若出现画面破损、脱落、错投、漏投、制作瑕疵等质量与投放问题，乙方须在接到甲方通知后 2 小时响应并于 24 小时内完成修复、重新制作或补投工作，并承担由此产生的一切费用及相关经济损失。

3.2.8 如遇政策调整、甲方宣传规划变动需变更公益广告内容、画面视频设计或投放安排，乙方须免费配合完成内容调整、画面修改、点位优化、播放频次调整等全部工作，直至达到甲方要求。

3.2.9 乙方应接受甲方或甲方聘请的第三方对乙方承担的工作内容进行包括但不限于事中检查、事后审核、审计、绩效跟踪与宣传效果评估等工作，按时提供点位台账、播放记录、

巡检台账、调研原始数据、实景影像、全套项目档案等资料，配合甲方在下一年度针对本项目开展绩效评价工作。

第四条 技术资料

4.1 乙方应按合同文件规定的时间向甲方提供有关技术资料，包括公益广告设计图样与视频小样、上线报告、第三方投放监测报告、受众效果评估调研材料、项目结项报告、全点位投放明细、完整调研原始数据、现场实景影像、项目纸质及电子全套归档资料。

4.2 如果甲方确认乙方提供的技术资料不完整，乙方将在收到甲方通知后 3 个工作日内将缺失资料补齐，提交给甲方。

第五条 合同履行期限、地点、方式和要求

5.1 履行期限：自合同签订之日起至 2026 年 12 月 10 日期间乙方完成合同的全部工作量止。

5.2 履行地点：北京市。

5.3 履行方式及要求：乙方应在各阶段严格按时推进项目。

5.3.1 乙方应在接到甲方提供的设计所需相应公益广告素材、资料、文件后 10 日内，完成公交站牌公益广告初稿设计并交甲方确认。

5.3.2 乙方在接到甲方确认投放指令后，全部公益广告点位须在 15 个工作日内完成创意定稿、物料制作、设备调试、内容上线及正式投放工作。

5.3.3 公益广告正式上线后 10 个自然日内，乙方提交加盖公章的上线报告。项目执行过程中聘请第三方机构进行公益广告投放实时监测，并开展受众满意度及宣传效果调

研，每个投放点位有效调研问卷数量不低于 200 份。

5.3.4 项目全部投放结束后 15 个自然日内，乙方提交由第三方机构出具并加盖公章的公益广告监测报告及项目整体结项报告。

5.4 若乙方无故提前终止履行本合同，甲方有权拒绝支付对应阶段尚未结算的服务费用。

第六条 转包或分包

6.1 本合同范围的供应和服务，应由乙方直接完成。乙方不得将本合同范围的供应和服务全部或部分转包或分包。

6.2 如乙方存在擅自转包分包的行为，甲方有权解除本合同，扣除履约保证金并追究乙方的违约责任，乙方应当赔偿由此给甲方造成的所有损失。

第七条 款项支付

7.1 本合同金额为（大写）：壹佰壹拾捌万捌仟元整（¥1,188,000 元）人民币。

上述费用皆为含税价。上述费用包含了乙方为履行本合同全部义务所需要的一切费用，包括但不限于公益广告创意设计、画面制作、点位投放、运输安装、巡检维护、效果监测、报告编制、人员服务等全部相关费用。

7.2 乙方在合同签订之日起 10 个工作日内向甲方指定账户缴纳合同总价 10%，即（大写）：壹拾壹万捌仟捌佰元整（¥118,800 元）人民币，作为该项目实施的履约保证金。

7.3 履约保证金的返还条件：乙方应保质保量完成项目工作内容，如乙方无违约行为，由甲方验收项目合格后，将

全部履约保证金无息退还乙方。如乙方在履行本合同中出现违约情形，乙方需承担违约金，甲方有权从履约保证金中进行扣除，待合同履行完毕，由甲方验收项目合格后，将剩余履约保证金退还乙方。

7.4 乙方履约保证金因甲方扣除乙方相应违约金等行
为造成不足时，乙方应于 10 个工作日内向甲方补齐。

7.5 甲方收到乙方履约保证金并收到发票 10 个工作日
内，甲方支付乙方合同款的 70%，即人民币 831,600 元（大
写：捌拾叁万壹仟陆佰元整）。

7.6 乙方通过甲方的最终验收后，甲方在收到发票后的
10 个工作日内，甲方支付乙方合同款的 30%，即人民币
356,400 元（大写：叁拾伍万陆仟肆佰元整）。

7.7 付款前，乙方应向甲方提供相应金额的正式发票。
甲方发票信息：

单位名称：北京市福利彩票发行中心；

统一社会信用代码：12110000400568017W。

7.8 双方收款账户信息

7.8.1 乙方接收甲方付款的账户如下：

开户名称：零贰零贰（北京）传媒科技有限公司

开户银行：中国工商银行股份有限公司北京高碑店支行

银行账号：0200266809100112670

7.8.2 甲方接收乙方履约保证金的账户如下：

开户名称：北京市福利彩票发行中心

开户银行：建行北京北环支行

银行账号：1100 1028 7000 5610 9678

交换号：建 287

付款方式：汇款

7.9 因财政资金审批及拨款迟延造成的付款期延长不视为甲方违约。

7.10 本合同执行中的一切税费均由乙方负担。

第八条 项目验收要求

8.1 验收时间：自合同签订之日起至 2026 年 12 月 10 日前乙方完成合同约定的全部内容后可进行验收。

8.2 验收标准：项目全部投放结束后 15 个自然日内，提交由第三方机构出具并加盖公章的公益广告监测报告及项目整体结项报告，报告需包含项目投放概况、各点位投放明细、完整投放时间、大屏播放记录、现场实景图、受众人群分析、数据统计、宣传效果总结、审计配合情况等内容。同时将项目所有纸质、电子、影音类资料统一整理归档，完整移交甲方留存备查。

8.3 验收方式：按照甲方要求的方式进行验收。

8.4 验收内容：本项目的所有服务成果物及相关材料。

第九条 质量保证及后续服务

9.1 乙方应按合同规定质量标准向甲方履行合同义务。如认为合同对于质量要求不明确的，按照强制性国家标准履行；没有强制性国家标准的，按照推荐性国家标准履行；没有推荐性国家标准的，按照行业标准履行；没有国家标准、行业标准的，按照通常标准或符合合同目的特定标准履行。

9.2 在服务期限内和质量保证期内，乙方应对出现的质量及安全问题负责处理解决并承担一切费用。

9.3 双方需要约定的其他内容：

9.3.1 乙方应对广告创意设计、视频/画面制作、设备调试、点位投放、日常运维全流程开展常态化巡检管控，确保广告播放、画面展示、投放时长频次等全部成果符合采购需求及合同约定标准。

9.3.2 乙方须建立完善应急处置机制，如发生设计疏漏、物料破损、播放故障、漏播少播、上线延误等各类问题，须在甲方通知后 2 小时响应并于 24 小时内响应并完成整改修复，同步向甲方出具专项处置方案及赔偿补偿方案。

第十条 知识产权

10.1 乙方应保证提供服务过程中不会侵犯任何第三方的知识产权，否则甲方有权解除合同。如任何第三方向甲方提出侵权指控或权利请求，乙方须与第三方交涉并承担由此发生的一切责任、费用和经济赔偿。

10.2 严格遵守保密规定，未经甲方书面同意，不得将本项目设计稿件、宣传内容、项目资料等用于本项目以外场景，不得向任何第三方泄露项目相关信息。乙方受托完成的本合同项下的全部工作成果的知识产权归甲方所有。

10.3 未得到甲方事先书面同意，乙方不得将由甲方提供的有关合同或任何合同条文、规格、计划、图纸、样品或资料提供给与履行本合同无关的任何其他人。即使向乙方履行本合同有关的人员提供，也应注意保密并限于履行合同的

必需范围。

10.4 除本合同规定外，未经甲方事先书面同意，乙方不得擅自使用、复制甲方拥有知识产权的内容。

第十一条 违约责任

11.1 甲方无正当理由拒绝接受乙方按照本合同提供的服务，甲方应向乙方偿付被拒绝部分所对应的合同款项金额的 0.5% 作为违约金。

11.2 甲方无故逾期验收和办理款项支付手续的，每延迟一日，甲方应按逾期付款总额的 0.03% 向乙方支付违约金（如届时该违约金比例超过法定最高限额时，按法定最高限额确定实际应支付的违约金比例）。

11.3 乙方未能如期提供约定服务的，甲方有权向乙方出具《整改通知书》，且乙方每发生一次未能如期提供约定服务的情况，应向甲方支付合同款项的 0.5% 作为违约金。乙方未能按《整改通知书》要求完成整改，或者累计逾期整改超过 10 次的，甲方有权单方解除本合同。

11.4 乙方未能如约提供服务或因其他违约行为而导致甲方解除本合同的，乙方应向甲方支付本合同总金额的 5% 的违约金。如造成甲方损失超过违约金的，超过部分由乙方继续承担赔偿责任。

11.5 本项目涉及财政资金支付的款项需相应财政资金拨款到位方可进行支付，若财政资金暂未到位，支付期限顺延，甲方不承担违约责任，但应及时通知乙方，待拨款到位后，立即恢复支付。在此期间乙方需按照合同约定履行，包

包括但不限于按期提供服务，不得因此暂停、延迟、拒绝、终止义务的履行，否则视为乙方违约。

11.6 在发生乙方违约事件并产生应扣款项情况时（包括但不限于违约金、赔偿金、补偿金等），甲方有权先从履约保证金中扣除相应费用。如乙方履约保证金不足以弥补甲方损失的，乙方应当继续承担支付义务，保障甲方的损失得以全部弥补。

第十二条 违约终止合同

12.1 乙方有下列情形之一的，在甲方对乙方违约而采取的任何补救措施不受影响的情况下，甲方可向乙方发出书面违约通知书，提出终止部分或全部合同。

12.1.1 如果乙方未能在合同规定的期限或甲方同意延长的期限内提供部分或全部服务，或者乙方提供的服务不能满足合同要求的。

12.1.2 如果乙方未能履行合同规定的其他任何义务的。

12.2 如果甲方根据本条上述约定，终止了全部或部分合同，甲方可以依其认为适当的条件和方法购买与未提供的服务类似的服务，乙方应对购买类似服务所超出的那部分费用承担向甲方的偿付义务。这种情况下，乙方仍然应继续执行合同中未终止的部分。

第十三条 保密条款

13.1 乙方在为甲方提供服务期间，应严格遵守甲方规定的任何成文或者不成文的保密规章制度，履行与其服务内容相应的保密职责；若甲方的保密规章制度没有规定或者规

定不明确之处，乙方亦应本着谨慎、诚实的态度，采取任何必要、合理的措施，维护其知悉或者持有的保密信息。如果对是否属于保密信息存在争议，则乙方应按保密信息进行处理，除非得到甲方的书面明确否认。

13.2 乙方应对在合同履行过程中取得的相关资料、文件采取保密措施，未经甲方书面准许，不得向第三方提交本项目相关的资料、文件。如有泄密行为甲方有权单方解除本合同并要求乙方按合同总金额百分之十支付违约金，因此给甲方造成损失的，甲方可以要求乙方赔偿全部经济损失。

13.3 乙方不得泄露甲方涉及工作秘密的事项，如触犯国家有关法律法规，乙方需承担相应的法律责任。

13.4 甲方向乙方提供的任何书面资料、文件和信息，在乙方服务结束后，乙方均应及时归还甲方，如属于电子文档的，应及时删除。

13.5 本保密条款不因本合同的撤销、解除、无效、终止而失效。本合同期满、解除或终止后本保密条款仍然有效。

第十四条 不可抗力事件处理

14.1 本合同所称“不可抗力”是指受影响一方不能合理控制的，无法预料或即使可预料到也不可避免且无法克服，并于本合同签订日之后出现的，使该方对本合同全部或部分的履行在客观上成为不可能或不实际的任何事件。此等事件包括但不限于自然灾害、社会事件、政府行为或法律政策规定发生变化等等。

14.2 在合同有效期内，任何一方因不可抗力事件导致

不能履行合同，则合同履行期可延长，其延长期与不可抗力影响期相同。

14.3 不可抗力事件发生后，应立即通知对方，并向对方寄送发生不可抗力事件的有效证明。

14.4 如不可抗力事件明显的导致合同在现在和今后都已经无法实际履行或者不可抗力事件已经延续 120 天以上，双方应通过友好协商，确定是否继续履行合同。

第十五条 其他约定事项

15.1 除本合同约定价款之外，甲方不再支付其他额外费用。乙方应按照合同约定，保质保量保时完成所有相应工作。

15.2 如因政府行为（包括政策变化、监管机构决定等）导致本合同项下项目全部或部分无法执行，双方应根据实际情况终止全部或部分合同。如此情形，双方互不承担违约责任。甲方已支付乙方的相应费用，经双方协商确定应扣除乙方已实际发生的费用后，乙方应将剩余部分在确认之日起七个工作日内退回至甲方指定的资金账户。

15.3 甲乙双方因履行本合同而相互发出或者提交的所有通知、文件、资料等，如非以手递手方式送达的，则可以按照本合同所列明的通讯地址以邮寄方式送达或按本合同所列明的电子邮箱地址以电子邮件送达。一方如果迁址或变更电子邮箱地址应书面通知对方，否则发至本合同所列明的通讯地址及电子邮箱的通知、文件、资料均视为有效送达。

第十六条 法律适用及争议解决

16.1 本合同适用中华人民共和国的法律、法规、规章

和政策。

16.2 双方在执行合同中所发生的一切争议，应尽先协商解决。如协商不成，可向甲方所在地法院起诉。

第十七条 附则

17.1 合同经双方法定代表人或授权代表签字并加盖单位公章后生效。

17.2 本合同的附件是本合同的有效组成部分。合同执行中涉及采购资金和采购内容修改或补充的，签书面补充协议并报项目管理部备案后，方可作为主合同不可分割的一部分。

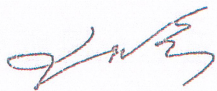
17.3 本合同未尽事宜，遵照《中华人民共和国民法典》及其司法解释的有关条文执行。

17.4 本合同正本一式陆份，具有同等法律效力，甲乙双方各执叁份。

(以下无正文)

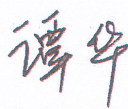


法定代表人或代理人:



2026 年 9 月 8 日

法定代表人或代理人:



2026 年 9 月 8 日