

合 同 书

甲 方：北京市老龄协会

地址邮编：朝阳区工人体育场东路 20 号 B 座,100020

法定代表人：王小娥

联系电话：65395450

乙 方：北京空间悦动科技有限公司

地址邮编：北京市朝阳区日坛国际贸易中心 B 座 G 层 H123

法定代表人：齐钟聆

联系电话：15811137165

北京市老龄协会（甲方）所需的老龄政策法规宣传暨孝道文化建设项目，经北京永达信工程咨询有限公司公司以 0745-2241CCIEC021/01 号招标文件在国内公开招标。经评标委员会评定，北京空间悦动科技有限公司（乙方）为中标人。（采购要求要求的工作任务）甲、乙双方同意按照下面的条款和条件，签署本合同。

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

b. 中标通知书

c. 协议

d. 投标文件

(含澄清文件)

e. 招标文件

(含招标文件补充通知)

a. 本合同书

1、服务内容

本合同服务：

拍摄、制作、投放“孝”主题创意宣传片

本合同服务清单：

1.1 制作完整版视频 1 条；

1.2 制作精简版视频 1 条；

1.3 撰写新闻稿件 2 篇，用于传统媒体、新媒体不同平台；

1.4 在学习强国 APP 投放 1 篇次；

1.5 在《北京日报》等权威媒体投放不少于 3 篇次；

1.6 在北京广播电视台投放 30 秒精编版不少于 20 次；

1.7 在视频网站、微博微信等平台投放完整版视频不少于 55 篇

次；

1.8 在门户网站投放新闻通稿不少于 100 篇次。

2、合同总价

本合同总价为 635000 元人民币（大写：陆拾叁万伍仟元整）。

分项价格：

序号	分项名称	单价 (元)	合价 (元)	备注/说明
1	视频拍摄	330000	330000	视频设备租赁、视频导演、摄制组
				人员劳务、录影棚租赁

2	演员劳务	50000	50000	演员劳务费
3	视频剪辑	55000	55000	后期机房租赁、后期劳务、调色
4	媒体宣传	200000	200000	媒体发布
总价 (元)		635000		

3、付款方式

合同签订后，甲方向乙方支付合同总金额的 85%，即人民币 539750 元（大写：伍拾叁万玖仟柒佰伍拾元整），乙方交付甲方合同总金额 5% 的履约保函；在乙方完成本项目主体工作并经甲方认可后，甲方支付合同总金额的 15% 余款，即人民币 95250 元（大写：玖万伍仟贰佰伍拾元整）。每次付款前，乙方应主动提供等额合法发票及发票真伪鉴别证明，否则，甲方有权拒绝付款。

乙方帐号信息：

名称：北京空间悦动科技有限公司

开户银行：中国民生银行北京朝阳门支行

银行账号：633365486

甲方开票信息：

单位：北京市老龄协会

纳税人识别号：12110000400569482J

注册地址：北京市朝阳区工体东路 20 号

4、本合同服务的实施时间及实施地点

实施时间：自合同签订之日起至 2022 年 11 月 30 日止。

实施地点：北京市

5、合同的生效

本合同经双方全权代表签署、加盖单位印章后生效。

6、双方的权利义务

(1) 甲方有权对乙方提供的服务和提交的成果提出修改意见；

(2) 甲方有权对服务内容验收；

(3) 乙方有权根据本协议的约定收取服务费用；

(4) 乙方对执行本合同期间获知的甲方信息负有保密义务；

(5) 乙方不得将合同义务转让给第三人。

7、知识产权

乙方在执行本合同过程中产生的知识成果，包括但不限于文字资料、图片资料和影像资料等，除甲方署名权以外的乙方署名权的其他

所有知识产权均归甲方所有，未经甲方书面同意，乙方不得擅自使用、

传播或者授权第三人使用或者传播。

8、违约责任

甲乙双方应当严格遵守本合同的约定，如因一方违约给另一方造

成经济损失的，违约方应当赔偿守约方所有实际损失（包括但不限于

直接损失、间接损失及诉讼费、律师费、鉴定费 etc 费用）。其中，如

乙方履约情况不符合招标文件采购需求的，除赔偿甲方损失外，应当

向甲方支付本合同总款项 5% 的违约金；同时，甲方可要求乙方继续

履行合同义务，也有权直接解除合同。

9、争议解决

因本合同发生争议，双方应当友好协商解决，协商不成的，任意

一方有权向甲方所在地人民法院提起诉讼。

10、合同的补充和变更

本合同内容如需变更或补充，双方应当在充分协商的基础上签订书面的补充协议，补充协议与本协议约定不一致的，以签订时间在后的补充协议为准。

11、合同的效力

(1)本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，至双方的合同义务全部履行完毕之日终止。

(2)本合同一式肆份，甲乙双方各执贰份，具有同等法律效力。



甲方：北京市老龄协会

(印章)

授权代表人(签字):



乙方：北京空间悦动科技有限公司

(印章)

授权代表人(签字):

2022年9月27日

2022年9月27日

附件

2022年度北京市“孝顺榜样”命名活动 “孝”主题创意宣传片策划方案

一、项目背景

2021年11月18日，中共中央国务院提出《关于加强新时代老龄工作的意见》。提出以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中、六中全会精神，加强党对老龄工作的全面领导，坚持以人民为中心，将老龄事业发展纳入统筹推进“五位一体”总体布局和协调推进“四个全面”战略布局，实施积极应对人口老龄化国家战略，把积极老龄观、健康老龄化理念融入经济社会发展全过程，加快建立健全相关政策体系和制度框架，大力弘扬中华民族孝亲敬老传统美德，促进老年人养老服务、健康服务、社会保障、社会参与、权益保障等统筹发展，推动老龄事业高质量发展，走出一条中国特色积极应对人口老龄化道路。

2015年以来，市老龄协会通过拍摄制作《遇见二十年后
的父母》《爱要大声说出来》《孝是更好的陪伴》等“孝”

主题创意宣传片，在广播电视等主流媒体以及网络新媒体平台投放，营造良好的养老、孝老、敬老氛围。

二、项目内容

1. “孝”主题创意宣传片名称：《父母的心愿清单》
2. “孝”主题创意宣传片创意思路：延续《遇见二十年后的父母》孝老主题视频思路，打造2022版“孝”主题创意宣传片《父母的心愿清单》。以极简白棚拍摄为风格，集实验性、悬念感、情感性为一体。引导全社会积极看待老龄社会，积极看待老年人和老年生活，唤醒大众对父母长辈的更多关注、更多关爱！

3. “孝”主题创意宣传片拍摄对象：邀请10对父子/母子/父女/母女进行亲情实验性拍摄，覆盖独居老人、孤寡老人、北漂老人等不同类型。

4. “孝”主题创意宣传片内容构成

第一步：心愿展示阶段

邀请父母在题板上写出自己的三个心愿。这些心愿可能是他年轻时的遗憾，可能是他对自我人生的思考，可能是他内心世界对美好生活的向往，当然也可能是他身为父母保护孩子的决心……

第二步：亲密度测验阶段

孩子们在另一个空间，预测父母的心愿。通过对比可以探查出，孩子们是否了解父母？孩子们看见父母的心愿又会有怎样的反应？

第三步：心愿选择阶段

父母在三个心愿中，选择擦除两个，保留一个最重要的心愿。到底父母会“牺牲”哪些心愿，保留下哪一个心愿呢？同时儿女在第二空间见证父母的选择，预测父母会擦除哪些心愿。看到父母擦除的心愿，孩子会如何做？看到父母最终的选择，孩子又会有怎样的反应？

第四步：亲情表达阶段

当父母选定最后一个心愿后，孩子会来到父母身边。给他/她一个大大的拥抱，关于父母的选择，你想对父母说或者做些什么……

5. “孝”主题创意宣传片概述

视频主题：《父母的心愿清单》

视频时长：5-7分钟（同步输出30S精简版用于电视台

投放）

制作方式：白色摄影广告棚实拍

拍摄参数：4K 高清 SONY-FX6 专业摄影机

视频格式：MOV（同时可提供MP4、UHD4K等不同大小文

件格式）

输出速率：25p；

输出像素：1920:1080（16:9）

色域数值：RGB709

声音制式：5.1 环绕声

字幕格式：中文字幕

三、宣传方案

1. 投放渠道

(1) 学习强国：10月25日 图文+视频形式。

(2) 北京日报、北青报：10月20日-25日，累计不少于3篇次图文宣传。

(3) BTV北京电视台：10月24日-30日，播出15-30秒精简版“孝”主题创意宣传片，累计播出篇次不少于20次。

(4) 主流媒体：10月20日起长期投放，覆盖人民日报、新华网、央视网、央视频、央视频移动端、今日头条、腾讯等媒体网站，累计不少于30篇次图文+视频宣传。

(5) 微博微信KOL：10月24日起长期投放，覆盖今日话题、大众视窗、每日精选、北京全资讯等KOL账号，累计不少于30篇次图文+视频宣传。

2. 预计传播效果

在各大主流视频网站（平台）集中投放、推广；年内累计曝光量不少于3000万次。