

全年宣传项目委托业务合同

甲方（委托方）：北京市门头沟区文化和旅游局

乙方（受托方）：北京斯诚文化传播发展有限公司



鉴于甲方委托乙方,实施全年宣传项目需求.根据《中华人民共和国民法典》等法律法规,甲乙双方现就甲方委托乙方承办本项目进行策划、宣传、推广等专项服务,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：通过捕捉旅游市场瞬息变化需求，对门头沟文旅资源重新整合、梳理，按照不同特色，形成多条高品质、重体验的旅游精品线路。制定全年宣传计划，分阶段开展多项文旅活动，在电视台、新媒体，网红达人等一系列的宣传推广，提升门头沟旅游的知名度和美誉度，为门头沟文化旅游业的发展提供助力，打造成为京郊著名的生态山地型全域文旅体验目的地。

1.2 本项目中，乙方负责下述工作：

- (1) 制定活动方案，全年不少于 3 次活动。
- (2) 编制文旅线路不少于 15 条。
- (3) 进行全年宣传不少于 189 次，网红/达人宣传不少于 7 人，电视台宣传不少于 16 次，纸质宣传品 2000 份。
- (4) 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），甲方有权根据实际情况需要进行调整。

2、 项目要求

- 2.1 本项目地点：北京市门头沟区。
- 2.2 本项目期限：自合同签订之日起至项目内容全部完成止。
- 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：提供相关景区、酒店、民宿、乡村旅游等所需资料；
- 3.2 其他配合协作事项：协调相关景区、酒店、民宿、乡村旅游等；指导乙方推进项

目工作。

4、 费用及支付

4.1 服务报酬总额：人民币大写 壹佰玖拾伍万壹仟伍佰陆拾玖元整，小写 ¥ 1951569.00。服务报酬为固定价格，不因任何原因调整，包括乙方不得提出增加服务费要求，甲方亦无另行支付其他服务费之义务。

服务报酬包括但不限于：

- (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）。

4.2 支付方式和时间

签订合同且相应的财政资金到位后 20 个工作日内，甲方将按合同金额的 70%（即人民币大写 壹佰叁拾陆万陆仟零玖拾捌元叁角，小写 ¥ 1366098.3）支付给乙方。

乙方完成本合同约定的全部服务内容、符合质量要求，甲方收到乙方下述全部文件且相应的财政资金到位后 20 个工作日内，甲方将合同金额的 30%（即人民币 大写伍拾捌万伍仟肆佰柒拾元柒角，小写 ¥ 585470.7）支付给乙方：

- (1) 乙方关于本项目活动的工作总结报告 3 份。
- (2) 乙方开具的相应金额的、符合国家规定的发票。

4.3 每期服务费支付前，乙方应提前向甲方出具国家正式发票。甲方未收到发票前不予付款、且不视为违约。

4.4 特别约定：因甲方资金为财政资金，服务费用支付受人民政府财政部门拨款进度影响。当财政部门拨款进度延缓时，乙方同意甲方支付延缓，且延缓支付行为不构成违约。如审计金额与合同金额不一致，每期的支付金额相应进行调整。

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 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 15 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，对策划阶段的策划案最终稿以及执行阶段的具体实施方案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，乙方指定闫秋平为乙方项目联系人，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/PPT 设计及制作的，应制定相关宣传用品/宣传片设计方案，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/PPT。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。

6.1.2 乙方应于活动举办前完成宣传用品/宣传片的图文设计，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20日内向甲方提供宣传品成品的样品，并取得甲方认可。

6.1.4 甲方认可样品后，乙方应于甲方认可后20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。因宣传用品质量问题引起的一切人身、财产、侵权损失，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。

6.3 乙方保证按照合同附件项目工作方案依法取得有关媒体广告栏目、版位、时间段的使用权，并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、 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 验收的时间和地点：项目完成后在北京门头沟区验收。

7.3 活动结束后，乙方应向甲方提供活动总结报告，以及电子版结案报告、影像、图片等原始素材一套，作为验收依据之一。

8、知识产权权利归属及侵权处理

8.1 本合同项目工作成果中的全部权利，包括但不限于知识产权等，全部由甲方所有。

8.2 本项目宣传用品设计成果及制作完成的宣传用品包括但不限于版权等，全部由甲方所有。

8.3 乙方自行或委托他人印制宣传用品而制作的母版/原版的所有权益，全部由甲方所有。

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单位的商业秘密、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。

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 如乙方或乙方人员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5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。无法采取补救措施的,甲方有权单方解除本合同并要求乙方返还已支付的价款,给甲方造成损失的,乙方按照 10.1 赔偿损失。合同自甲方书面解除通知到达乙方之日起解除。

10.3 乙方提供的服务不符合甲方需求(包括但不限于数量、质量等),且经甲方催告后未能采取有效的合格补救措施,甲方有权单方解除本合同并要求乙方返还已支付的价款,给甲方造成损失的,乙方按照 10.1 赔偿损失。合同自甲方书面解除通知到达乙方之日起解除。

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(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即北京市门头沟区人民法院起诉。

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 如果因不可抗力及政策、疫情防控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，如终止本合同，原则上乙方已发生的各项成本支出据实结算，多退少补，具体事宜双方届时另行商议，甲方无需承担任何违约责任和其他法律责任。

13、 合同生效及其他

13.1 本合同自双方签字并盖章之日起生效。

13.2 本合同一式伍份，甲乙双方各执贰份，招标代理公司持壹份，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. 项目工作方案；2. 费用明细。

(以下无正文)

甲方：北京市门头沟区文化和旅游局

(加盖公章)

法定代表人或委托代理人：

(签字或签章)

法定代表人

乙方：北京斯诚文化传播发展有限公司

(加盖公章)

法定代表人或委托代理人：

(签字或签章)

法定代表人 肖英

地 址

地 址 朝阳区建外 soho 西区 18 号
3001

开 户 行

开 户 行 交通银行股份有限公司北京永
安里支行

银行地址

银行地址 北京市朝阳区永安里甲 3 号通
用时代国际中心首层

户 名

户 名 北京斯诚文化传播发展有限公
司

帐 号

帐 号 110061147018800054881

电 话

电 话 010-58696695

2024 年 3 月 19 日

2024 年 3 月 19 日

附件 1. 项目工作方案

一、总体情况

在“十四五”北京文化和旅游发展的重要战略机遇时期，为推动文化和旅游融合发展，进一步促进以文塑旅、以旅彰文，推动文化和旅游企业、产品和服务深度融合，门头沟区以文旅产业发展机制改革为牵引，把握山地旅游特色定位，积极推动文旅农林商体高度融合。

2023 年受台风影响，门头沟区遭遇极端强降雨，在团结一心的努力下，迅速恢复受灾区域道路、设备等，织牢了抵御风险的防护网，彰显了门头沟这座红色城市与生俱来的斗争精神和不屈品格。为了灾后门头沟文旅市场复苏，再塑“绿水青山门头沟”文旅品牌，2024 年，拟计划依托已经开门迎客景点、民宿等，逐步营造安全、舒适、热情的旅游氛围，塑造国际山地旅游目的地、国际山地运动打卡地、京津冀微度假首选地“三地”品牌。

二、宣传工作概括

按季节划分，在每个季节里结合节日、节气进行不同角度的宣传。以“1+3+N”的宣传模式，开展门头沟全年宣传推广工作，具体如下：

1：全年宣传。选择电视台和主流媒体两类宣传渠道，按照全年旅游资源及具体安排，以门头沟旅游资源特色为划分节点，围绕“永定河”和“长城”文化带、红色旅游、非遗文化、古道文化、门头沟小院等内容，形成不同季节不同角度的宣传计划，对全年不同资源特色进行宣传。

3：落地活动。策划三场不同规模落地活动，每场系统化介绍门头沟当季度文旅资源。

N：多次达人宣传及线路编写。按照不同节气，组织多次达人体验活动，方便宣传，策划达人体验，形成系列图文及视频

三、全年宣传

（一）电视台宣传（暂定）

根据相应宣传主题，对门头沟文化旅游进行电视台采访报道，数量不少于 16 次。

（二）主流媒体宣传（暂定）

组织媒体针对每次宣传主题对门头沟区文化旅游进行新闻报道。全年宣传共计不少于 189 次，发布平台包含但不限于报纸、杂志、新媒体、视频等平台。

主流媒体包括：纸质媒体（中国旅游报、中国日报、精品旅游杂志、环球日报等）、网络媒体（人民网、北京旅游网、千龙网、新华网、中国报道网）等。

四、落地活动

（一）第一场落地活动（暂定）

活动地点：潭柘寺镇，具体地点待定

活动内容：一年之计在于春，紧抓万物复苏，大地泛绿时机，把握消费恢复契机，举办门头沟活动，推广文旅资源，营造良好的文旅消费氛围，带动门头沟文旅市场复苏。

计划在潭柘寺镇举办落地活动，围绕“城镇、研学、打卡、首店”等主题开发旅游线路或产品，诚邀市民探寻门头沟焕发的生机；发布营商、促消费、补贴等一系列促消费政策；同时邀请网红达人、媒体对旅游线路及内容进行深度体验游，通过媒体报道及网红达人种草，拉动门头沟区市场消费。活动现场安排直播进行现场宣传。

（二）第二场落地活动（暂定）

活动地点：妙峰山镇，具体地点待定

活动内容：把握秋季、中秋国庆消费恢复契机，举办门头沟秋季活动，推广红叶等秋季文旅资源，营造良好的文旅消费氛围，带动门头沟文旅市场复苏。

计划在妙峰山镇举办秋季落地活动，围绕“红叶、城镇、研学、打卡、首店”等主题开发旅游线路或产品，诚邀市民探寻门头沟秋季焕发的生机；发布营商、促消费、补贴等一系列促消费政策；同时邀请网红达人、媒体对旅游线路及内容进行深度体验游，通过媒体报道及网红达人种草，拉动门头沟区市场消费。活动现场安排直播进行现场宣传。

（三）第三场落地活动（暂定）

活动地点：潭柘寺镇，具体地点待定

活动内容：深挖门头沟区冰雪资源，进一步推动文旅+冰雪产业消费升级，集中释放冰雪运动消费需求，促进冰雪经济升温。

计划在潭柘寺镇举办冰雪嘉年华活动，整合全区冬季冰雪资源围绕“暖冬、冰雪、新年”等主题开发旅游线路或产品，诚邀市民探寻门头沟冬季冰雪激情；发布营商、促消费、补贴等一系列促消费政策；同时邀请网红达人、媒体对旅游线路及内容进行深度体验游，通过媒体报道及网红达人种草，拉动门头沟区市场消费。活动现场安排直播进行现场宣传。

五、多次达人宣传及线路编写

按照不同节气和主题，编写线路不少于 15 条。组织网红达人宣传，以各节气重点文旅资源为重点，实地考察新景点、开放景区、主推的文旅产品等。提升门头沟文旅的知名度和美誉度，为门头沟文化旅游业的发展提供助力。不少于 7 人。印制宣传品不少于 2000 份。

附件 2. 费用明细

单位：元

序号	分项名称	数量	单位	单价	总价
一	全年宣传				429,000.00
	电视台	1	项	240,000.00	240,000.00
	主流媒体宣传	1	项	189,000.00	189,000.00
二	线路及达人				219,250.00
	网红达人	1	项	126,000.00	126,000.00
	线路	1	项	59,250.00	59,250.00
	宣传品	1	项	34,000.00	34,000.00
三	落地活动				1,067,195.80
	第一场	1	项	560,748.80	560,748.80
	第二场	1	项	230,761.00	230,761.00
	第三场	1	项	275,686.00	275,686.00
四	税及服务				236,123.20
总计					1,951,569.00

