2025年省文旅广告联合投放项目（分包四）政府采购合同

项目名称：2025 年省文旅广告联合投放项目（分包四：江苏广播广告宣传）项目编号：JSZC-321300-JING-G2026-0008

甲方：（买方）宿迁市文化广电和旅游局

乙方：（卖方）南京悦和伦广告有限公司

甲、乙双方根据 2025 年省文旅广告联合投放项目（分包四：江苏广播广告宣传）公开招标的结果，签署本合同。

一、合同内容

1.1 标的服务内容：在江苏新闻广播（苏北地区 FM91.2）及江苏交通广播网（FM101.1）媒体平台进行广告发布，发布平台包括：广播广告、节目口播、官微新媒体广告即关键词回复、图文推送。投放地区：江苏全省。

1.2 标的数量（规模）：以各参与签约单位执行合同为准。

1.3 履行时间（期限）：合同签订之日至 2026 年 11 月 10 日。

1.4 履行地点：江苏省宿迁市

1.5 履行方式：江苏广播广告发布

二、合同金额

2.1 本合同金额为（大写）：陆拾万元整（￥600000 元）人民币。（该合同总金额是宿迁市本级参与本项目的各认购单位与乙方签订的《2025 年省文旅广告联合投放项目(分包四）政府采购认购合同》金额的总和。待各认购单位分别与乙方签订合同后，甲方与乙方确定本合同具体金额并另行签订补充协议）。

2.2 本合同项下服务组合报价为：

序号	报价类型	报价（元）
1	组合报价	170000 元

2.3 本合同项下服务单价为：

单项报价表				
媒体资源名称	**具体服务内容**	**单位**	**单价/元**	**资源编号**
广播广告部分	江苏新闻广播广告	1 天	3500	1
	江苏交通广播广告	1 天	6500	2
文旅专栏节目部分	《江苏新闻广播旅游报道》录音报道+主持人口播	1 期	4000	3
	《交广早班车水韵江苏单元》旅游资讯报道	1 期	5000	4
新媒体部分	江苏新闻广播官方微信号图文推送	1 次	4000	5
	江苏交通广播官方微信号图文推送	1 次	4000	6
	江苏新闻广播官微关键词各回复	1 次	1000	7
	江苏交通广播官微关键词各回复	1 次	1000	8
单项报价合计			**29000**	

组合报价：请提供组合的整体报价，包括广播广告、文旅专栏节目及新媒体宣传的所有费用。

单项报价：在提供组合报价的同时，也请列出各项服务的单项报价，包括但不限于广播广告单次价格、文旅专栏节目单期价格、新媒体图文推送及互动价格等，以便在签订合同时作为补充项。

报价说明：报价需明确包含税费、制作费、发布费等所有相关费用，无隐藏成本。

原则上以组合签约为主，确保广告投放的连续性和一致性。

在满足项目需求的前提下，可根据实际情况灵活调整组合与单项的比例，但单项签约金额不得超过总预算的20%。

合同签订时，将以组合报价为基础，结合单项报价进行最终金额的确定。

三、广告发布

3.1广播广告：供应商以“天”为单位，14天为一个周期，将各时段组合成基础套餐。单个广告时长为15秒，须加“水韵江苏，有你会更美”宣传口号，且时长不得少于3秒。

3.2节目专栏：江苏新闻广播和江苏交通广播的周播节目，投放时段要求收听率高，收听人群广泛，播出时长不低于2分钟，节目内容设计富有创意，有“水韵江苏，有你会更美”宣传口号露出。

3.3新媒体：图文或视频需带有“水韵江苏，有你会更美”的文字或LOGO。视频LOGO露出不低于3秒。

3.4广告效果：预计曝光量不少于2亿人次，整体触达人次不少于1.8亿。

四、知识产权

4.1甲方授权乙方为本合同约定的目的使用其商标、商号，乙方保证以正确、积极的方式在授权范围内使用甲方的商标商号，不得擅自改动、歪

曲其整体形象和组成部分，乙方不得在本合同目的之外，以任何形式使用甲方的商标、商号。

4.2乙方提供的广告样稿、样报以及广告样稿、样报中所包含的创意、设计、图形、图片、文字等，其知识产权归甲方所有，未经甲方事先书面同意，乙方不得为本合同之外的目的自行使用或允许第三方使用。

4.3乙方保证发布的广告等不违反任何法律法规，亦不侵犯任何第三方的知识产权等权利，如有第三方以侵害知识产权等权利为由向乙方或甲方主张权利，皆由乙方自行承担相关责任，与甲方无关。因此造成甲方的一切损失，应由乙方赔偿。

五、转包或分包

5.1本合同范围内产品或服务，应由乙方直接供应，不得转让他人供应；

5.2除非得到甲方的书面同意，乙方不得部分分包给他人供应。

5.3如乙方有转让和未经甲方同意的分包行为，甲方有权给予终止合同。

六、合同款支付

6.1采购资金的支付方式、时间及条件

项目总合同签订后30日内，宿迁市各认购单位按其分别与乙方签订《2025年省文旅广告联合投放项目(分包四）政府采购认购合同》约定进行支付。项目执行完毕提交第三方监测报告和评估报告，待项目验收合格后10日内支付省级旅游广告联合投放项目补贴资金的100%。乙方应于甲方付款前提供等额、合规有效的发票。

6.2各认购单位与乙方签订的《2025年省文旅广告联合投放项目(分包四）政府采购认购合同》的合同金额须为成交价格的整数倍，认购单位不得

拆分成交价格。具体各认购单位款项支付在其与乙方分别签订的《2025年省文旅广告联合投放项目(分包四）政府采购认购合同》中另行约定。

6.3付款方式:合同签订后自收到发票后10个工作日支付各自合同金额30%首付款，项目执行完毕提交第三方监测报告和评估报告，待项目验收合格后10个工作日内支付项目尾款(含省级补贴资金的100%)。

注:在签订合同时，供应商明确表示无需预付款或者主动要求降低预付款比例的，采购人可不适用前述规定。

七、税费

本合同执行中相关的一切税费均由乙方负担。

八、双方责任与义务

8.1甲、乙双方依照中华人民共和国相关法律法规签订本合同。

8.2乙方对广告的真实性、合法性负责。乙方有义务审核甲方提出的广告素材和表现形式，并要求甲方提供相关的证明文件，如发现甲方提供的广告素材、内容和表现形式不符合法律规定，有义务指导甲方进行修改。乙方应保证其制作、发布的广告符合法律法规政策（包括平台政策），否则乙方因违反本条约定而造成甲方损失的，乙方应立即采取必要的补救措施，同时甲方有权解除本合同，并要求乙方退还甲方已支付的费用，若乙方退回的费用不足以弥补因此造成甲方的损失的，乙方还应承担全部赔偿责任。

8.3乙方向甲方保证：乙方具有签署和履行本合同的能力和资质。乙方以及为本项目服务的乙方人员应当符合拥有履行本合同应具备的资质、资格。

8.4若甲方中途停播广告，甲方应提前三个工作日以书面的形式通知乙方，并需获得乙方认可，同时向乙方付清已经播出的广告费用。若甲方未

经乙方书面同意而单方面终止合同，甲方需赔付乙方违约金（违约金为合同总额的20%）；乙方如未按约定播放广告与履行合同义务，甲方有权不支付广告款并有权要求乙方赔付违约金（违约金为合同总额的20%）。

8.5乙方因不可抗力而导致的广告少播，按少一补一的原则给予补偿，如乙方人为原因导致广告少播，按少一补二的原则给予赔偿。

8.6未经甲方同意，乙方不得将本合同项下的工作全部或部分交由第三方完成，也不得将本合同项下的权利或义务转让于第三方。否则，甲方有权解除合同并要求乙方甲方支付违约金（违约金为合同总额的20%），如该违约金不足以弥补甲方损失的，乙方还需另行赔偿。

8.5本协议约定的期限内，乙方实际投放种类、方式、形式、投放量未达到《2024宿迁市旅游广告联合投放项目(分包五）政府采购认购合同》中约定标准的，认购单位不同意延期的，应扣除对应合同价款，并赔偿因此给认购单位造成的损失。同时，乙方应及时书面形式通知甲方，甲方有权从待付合同款中扣除对应补贴经费。

8.6乙方应保证广告投放行为真实有效，如发现乙方在广告投放及投放效果方面采取类似刷单、僵尸粉等欺骗、作假行为，甲方有权立即解除合同，并有权要求乙方退还对应的合同价款，乙方应向甲方和认购单位各支付对应合同价款5%的违约金，若该违约金不足以弥补甲方和认购单位的实际损失的，乙方还应赔偿因此给甲方和认购单位造成的全部损失。

九、验收、交付标准和方法

9.1甲方对乙方提交的产品或服务依据磋商文件上的项目需求要求、乙方响应文件及国家有关质量标准进行验收。

9.2乙方需按要求提供第三方监播报告和效果评估报告。

十、不可抗力事件处理

10.1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，则合同履行期延长，其延长期与不可抗力影响期相同。

10.2不可抗力事件发生后，应立即通知对方，并寄送有关权威机构出具的证明。

10.3不可抗力事件延续120天以上，双方应通过友好协商，确定是否继续履行合同。

十一、争议解决办法

11.1双方在执行合同中所发生的一切争议，应通过协商解决。如协商不成，可向甲方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼。

十二、合同生效及其他

12.1合同经双方法定代表人或授权委托代表人签字并加盖单位公章后生效。

12.2本合同未尽事宜，甲乙双方另行协商并签订书面补充协议，补充协议是本合同不可分割的组成部分，与本合同具有同等法律效力。

12.3本合同一式伍份，甲方执叁份，乙方执贰份（其中甲方须向江苏省文化和旅游厅上交一份合同备案），具有同等法律效力。

甲方：宿迁市文化广电和旅游局

地址：宿迁市宿城区世纪大道88号

乙方：南京悦和化广告有限公司

地址：南京市秦淮区中山东路198号龙台国际大厦707室

法定代表人或授权代表：

联系电话：

法定代表人或授权代表：

联系电话：

签订日期： 2026 年 3 月 23 日