

## 投标人承担类似项目业绩一览表



序号	项目名称	采购单位	合同金额
1	小红书达人服务	马镇旅游度假有限公司	58661.5
2	徐州方特乐园小红书平台宣传推广业务事宜	华强方特（徐州）旅游发展有限公司	120000.00
3	25年小红书推广	江苏汤山国际旅行社有限公司	186830.00
4	2024 南京市旅游广告联合投放项目	南京大明文化实业有限责任公司	92100.00

注：请填写此表，并按要求上传业绩资料电子件。



江苏拾光宝盒信息技术有限公司  
南京市江宁区江宁区利源南路 55 号秣陵 9 车间文化创意园  
C8 栋 201-203F

## 小红书推广项目服务合同

甲方：马镇旅游度假有限公司

乙方：江苏拾光宝盒信息技术有限公司

合同编号：SGXHSZ-20230412-307

### 甲乙双方资料：

甲方	
----	--

乙方	
----	--

甲乙双方根据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国广告法》及相关法律法规规定，在平等、自愿、协商一致的基础上就甲方所需乙方小红书达人服务 签订本合同，双方共同遵守。

### 第一条 合作方式及推广内容

#### 1.1 合作方式：

甲方授权乙方通过小红书平台，宣传推广经甲方确认的推广品牌内容，在运营过程中，甲乙双方各司其职，协同配合。

#### 1.2 推广内容：

乙方向甲方提供的服务内容为小红书推广项目。具体服务内容如下：

##### 1.2.1 小红书 cpc 效果广告投放

##### 1.2.2 小红书 kol 达人笔记投放

#### 1.3 费用定义：

1.3.1 投放费：该费用由乙方代收并充值到甲方指定账户，均为含税费用。

1.3.2 达人采买费用：指甲方委托乙方进行小红书达人采买服务，即达人内容费用，此费用由乙方支付给达人，甲方支付给乙方。

1.3.3 小红书达人采买执行服务费用：指甲方委托乙方进行小红书达人内容执行中，所提供的方案



策划、营销规划、达人执行、数据反馈、结案复盘等优化执行服务所支付的费用。

## 第二条 合同总金额及支付方式

### 2.1 付款金额：

中国马镇达人费用								
	类别	数量	单价	达人总费用	服务费	金额 (不含税)	总金额	合计 (大写)
达人 笔记 投放	非报备	12						
	报备	12						

本合同总额为人民币 \_\_\_\_\_，乙方应开具同等金额 6% 合格的增值税专用发票，发票内容：信息服务费。

### 2.2 付款方式：

2.2.1 本执行单签署生效之日起 5 个工作日内，收到乙方开具的真实有效的发票后甲方效果广告整案执行费用先行支付 \_\_\_\_\_ 的预付款，即 \_\_\_\_\_ 元 达人探店完成 3 个工作日内向乙方支付 30%，即 \_\_\_\_\_ 元；笔记由甲方审核并发布完成 3 个工作日支付剩余尾款 40% 即 \_\_\_\_\_ 元。

2.2.2 针对中腰部达人及头部达人筛选过程中，因达人报价不同，达人的选定可由双方选定，甲方同意后进行执行，此过程中，如达人费用不同于方案执行方案，依据实际使用情况调整在已有预算里的费用占比。

本执行单一式两份，甲乙双方各执一份，具有同等效力。

### 2.3 发票及银行支付信息：

#### 2.3.1 乙方指定的银行账户：

公司名称：江苏拾光宝盒信息技术有限公司

#### 2.3.2 甲方开票信息如下：

公司名称：马镇旅游度假有限公司

地址：山东省临沂市兰陵县马镇旅游度假区

电话：0539-8888888

联系人：张经理

电子邮箱：zhang@mv.com

网址：www.mv.com



### 第三条 甲方权利义务

- 3.1 甲方须以企业名义签署本合同，甲方保证其提交的信息真实、准确、及时、完整，否则由此引发直接或间接法律纠纷，所涉及的任何法律责任或赔偿由甲方承担。甲方同意小红书或乙方采用电话、邮件、或上门拜访等方式进行确认。
- 3.2 甲方向乙方提供服务内容的相关素材如产品样品等，供乙方推广时使用。
- 3.3 甲方有权随时了解项目的进展，并可随时对项目制作提出合理修改意见，对项目的内容有验收权。

### 第四条 乙方权利义务

- 4.1 乙方应委派具有丰富经验和专业知识的工作人员组成本合同项下的服务项目工作组；就本合同的服务项目在具体执行期间充分与甲方沟通，并征求甲方意见。
- 4.2 乙方应指定专人向甲方进行事务接洽及报告，并确保沟通的顺畅和及时。
- 4.3 乙方未经甲方书面同意，不得将本服务内容及成果进行任何以履行本合同目的之外的使用。
- 4.4 乙方保证其为根据中华人民共和国相关法律合法设立并有效存续的独立法人，同时完整地享有法定的民事权利能力和民事行为能力及相关资质，足以使其能行使本合同项下权利和履行其于本合同项下之义务。
- 4.5 乙方所有对外发布的甲方相关内容均需要经过甲方事先书面确认。乙方所交付的信息内容、撰稿需求须明确并经过甲乙双方共同确认素材可添加至乙方创作的内容中，乙方应根据甲方需求创作文章大纲及内容，并配合甲方合理意见修改至符合甲方要求为止，若已经甲方确认的视频成品，上线后乙方将不予修改。



### 第五条 保密义务

- 5.1 乙方认可且同意，对于甲方为了使乙方能够履行此合同，而以任何形式（包括但不限于书面、口头、图形或电子形式）向乙方提供的相应背景资料、消费者信息、商业计划、发展战略以及其他类似材料等，均应被视为甲方的保密信息，非经甲方书面同意，不得向任何第三方披露。
- 5.2 本合同履行过程中及合同履行完毕后，甲乙双方应对本合同及本合同内容负有保密义务，未经



对方书面同意，任何一方不得将本合同及本合同内容向任何第三方披露。

5.3 若任何一方违反其在本条下所承担的保密义务的，则违约方应负责赔偿合同另一方因该违约方违反保密义务之行为所遭受的任何直接、间接损失。

## 第六条 知识产权

6.1 乙方根据本合同为甲方提供的所有工作成果的版权等知识产权均归甲方所有，乙方不得擅自使用。甲方在本项目中提供的图片、照片、文案、材料等知识产权归甲方所有，乙方未经甲方同意，不得擅自使用。

6.2 双方在此确认，对于非乙方所有，因而乙方无权转让的第三方创作的作品的版权或现存资料（如摄影作品，以下简称“该等资料”）的版权等权利并不转让予甲方所有，乙方将在甲方承担费用的前提下尽力协助甲方取得为特定目的的版权使用许可。另外，如果服务成果中包含任何第三方拥有的权利，并且第三方对此等第三方权利设置了相应使用限制（包括但不限于：演员的肖像权的使用地域及使用期限方面的限制等等），乙方应当在交付相关服务成果时书面告知甲方明确的限制内容，甲方在使用该等材料时应遵守相关使用限制，但前述使用限制仍应当保证在合同内不影响甲方对工作成果的使用。

## 第七条 交付及验收

乙方向甲方提供的服务（包括但不限于文案、策划、执行方案、创意设计、广告、视频等）应按甲乙双方书面确认的日期交付、验收标准以实际基础流量、广告加投获取互动总量为准，维护评论区做的引导评论除外。

## 第八条 合同终止

- 8.1、合同执行期满，合同自动终止。
- 8.2、遇到不可抗力，遭遇方可以提出解除合同。
- 8.3、当双方在合作中出现明显困难包括但不限于任何一方严重违约的情形，另一方有权提出解除合同。
- 8.4、一方要求解除合同，应在违约情形发生后5个工作日内通过书面文字告知对方。
- 8.5、除上述情形外，双方应本着协商一致的原则解除合同。

## 第九条 法律限制、违约责任和赔偿

- 9.1 任何一方不得要求另一方从事违反中华人民共和国广告法和其他法律规定的行为。
- 9.2 因甲乙任何一方违约导致另一方产生损失的，违约方应当赔偿守约方因此遭受的损失（包括但不限于滞纳金、违约金、以及诉讼费、公告费、公证费、执行费、律师费、保全费等守约方因追回损失所支付的费用）。
- 9.3 乙方未能如期提供服务的，每日向甲方支付未如期提供服务对应款项的万分之五作为违约金。

**第十条 不可抗力**

- 10.1 不可抗力事件是指在本合同签订后发生的、本合同签订时不能预见的、其发生与后果是无法避免或克服的、妨碍任何一方（“受影响方”）全部或部分履约的所有事件（“不可抗力”），其中包括火灾、洪水、地震、台风、海啸、军事行动、战争、恐怖行为、罢工、内乱、瘟疫或其它不可抗力的事件。如因疫情防控措施导致无法正常工作的，双方应通过“居家办公”尽可能履行本合同。
- 10.2 发生不可抗力时，受影响方应立即以可获得的有效方式通知对方，由双方协商解决方案。并且受影响方应自不可抗力发生之日 15 日内，提供不可抗力详情及合同不能履行，或者部分不能履行，或者需要延期履行的理由的有效证明文件，此项证明文件应由不可抗力发生地区的公证机构或其它有权政府部门出具。
- 10.3 受影响方因不可抗力不能履行，或者部分不能履行本合同时，应尽其最大努力采取任何必要的措施以防止或减少可能给对方造成的任何损失和损害。
- 10.4 若受影响方因不可抗力事件而无法履行其在本合同项下的任何义务，则该方不对此不履行或部分不履行的行为承担责任。

**第十一条 适用法律及争议解决**

- 11.1 本合同的执行与解释以中华人民共和国大陆地区的法律为准。
- 11.2 凡因本合同所引起或与本合同有关的一切争议，包括任何对本合同的成立、生效或终止的置疑，双方应当友好协商解决。协商解决不成的，应提交甲方所在地人民法院诉讼解决。

**第十二条 其他**

- 12.1 本合同将在双方盖章后生效。
- 12.2 对于本合同所进行的任何补充或修改均应由双方协商一致，且须在双方以书面形式达成补充合同或修改合同的情况下方发生效力。
- 12.3 本合同一式两份，合同双方各执一份，具有同等效力。

甲方(盖章): 马镇旅游度假有限公司

授权代表(签署): \_\_\_\_\_

日期: 2023 年 04 月 12 日

乙方(盖章): 江苏拾光宝盒信息技术有限公司

授权代表(签署): \_\_\_\_\_

日期: 2023 年 04 月 12 日

附件:

中国马娘达人确认名单总表-拾光宝盒

内容方向	编号	是否报备	内容类别	昵称	粉丝数	获赞数	笔记形式	报备价格	非报备价格	车马费	执行价	服务费	总金额 (含税费和履约费)
探店	1	是	旅行/户外	小小景	12000	34000	图文			0			
探店	2	是	亲子游	我的山田心(崽)	10460	132946	图文			800			
探店	3	是	亲子游	筱婧	102122	282112	图文			800			
探店	4	是	亲子游	萌萌哒小麦芽	21828	219627	图文			800			
探店	5	是	亲子游	Iceymum	9636	48275	图文			800			
探店	6	是	亲子游	我是瑞凯麻麻	21000		图文			800			
直发	7	是	亲子游	美美麻麻Mona	10317	144524	图文			0			
探店	8	是	旅行/户外	Happy亲子遛娃记	6497	28041	视频			1000			
直发	9	是	直发	星小辰	11215	309338	图文			0			
直发	10	是	旅行/户外	橘子粥粥	16547	352136	图文			0			
探店	11	是	旅行/户外	爱玩的99妈妈	3863	43474	图文			800			
直发	12	是	亲子游	安木然的游玩日记	15675	35078	图文			0			
直发	13	否	直发	春哥去哪儿	15638	138455	图文			0			
直发	14	否	直发	灵婧胡同	8085	264775	图文			0			
直发	15	否	直发	一坨老薛	1461	40317	图文			0			
直发	16	否	直发	可心麻麻呀	9381	122604	图文			0			
直发	17	否	直发	我真的吃饱了	4402	179068	图文			0			
直发	18	否	直发	刘铁柱儿	103244	881531	图文			0			
直发	19	否	直发	曹思的美味与旅	15065	53550	图文			0			
直发	20	否	直发	忘我城堡	16077	416842	图文			0			
直发	21	否	直发	多梨	50782	983752	图文			0			
直发	22	否	直发	是小奶糖呀	30905	217484	图文			0			
直发	23	否	直发	睡懵的帕尼尼	7905	364273	图文			0			
直发	24	否	直发	金金	10358	34156	图文			0			

总计达人数量24; 总金额15888146元



## 徐州方特小红书合作协议

甲方: 华强方特(徐州)旅游发展有限公司 (以下简称甲方)

乙方: 南京拾光控股有限公司 (以下简称乙方)

根据《民法典》及相关法律法规的规定, 甲、乙双方在平等自愿、互利共赢的基础上, 就乙方承接甲方徐州方特乐园小红书平台宣传推广业务事宜, 为明确双方权利义务, 经协商, 甲、乙双方达成以下协议。

### 一、甲方委托乙方的新媒体推广形式为:

小红书平台推广合作(内容包括: 在小红书平台对图文/视频进行投流服务; 派遣小红书达人至甲方活动园区进行内容采集工作, 并制作成图文/视频在小红书平台进行发布推广; 相关达人图文/视频进行投流服务。)

### 二、推广时间为:

2023年10月07日—2023年11月5日(最终执行日期以实际执行时间为准)。

### 三、新媒体具体合作形式

双方约定本次合作总金额为: ¥ 元(含税), 其中:

1、达人部分预计投放 ¥ 元: 邀请小红书 KOL 探店并在对应平台发布相关图文/视频笔记, 探店达人名单详见附件一(实际探店达人名单以后续双方邮件确认信息为准)。

1.1、达人推广部分结案考核标准: 按双方确认的达人 list 安排达人进行探店并发布相关的图文/视频;

2、信息流部分预计投放 ¥ 元: 对相关达人图文/视频笔记进行投流服务, 具体投放规划详见附件二。

2.1、信息流推广部分结案考核标准: 预估曝光量: 5w; 预估点赞量: 1-7w; 预估互动量: 4000+;

3、搜索推广部分结案考核标准: ¥25,000 元

### 四、付款方式:

甲方于此协议签订后, 且收到乙方出具的正式发票之日起 3 个工作日内向乙方支付合同金额的 , 即 ¥ (大写: ); 项目执行结束, 预计于 2023 年 11 月



合同编号: XZL23054

17日前向甲方提供验收报告,甲方验收(双方确认的达人笔记数量100%发布,本合同2.1条款信息流预估数据达标)确认无误且收到乙方出具的正式税务发票后,在7个工作日内向乙方支付合同金额的50%,即( )元(大写: ):

以上各期费用金额均为含税金额(包含6%增值税),合同总价下不含税金额为:¥ 元,大写人民币: 。增值税金额为:¥ 元,大写人民币: 。除上述费用外,甲方无须再向乙方支付其他任何费用,双方另有约定的除外。

乙方账户信息:

账号:  
户名:  
开户行:

甲方发票信息:

公司名称: 华强方特(徐州)旅游发展有限公司

纳税人识别号:  
统一社会信用代码:  
注册地址:  
开票日期:  
开票金额:

五、乙方责任:

- 乙方保证以上新媒体账号的及时发布推广,并负责账号视频及图文内容的审核。
- 乙方负责本次新媒体平台短视频及图文推广呈现的内容和表现形式,不得违反中华人民共和国法律、法规,不得侵害第三人的合法权益。
- 乙方不得擅自更改或撤销推广,如因特别原因需取消推广的,应在推广前2天前,以书面形式通知甲方,并经甲方同意。甲方未经乙方同意擅自撤销推广的,甲方仍应根据合同约定支付费用,因不可抗力因素导致的除外,解决方案双方另行商定。

六、甲方责任

- 甲方配合乙方合作范围内的各项对接沟通工作。
- 甲方提供给乙方发布的活动内容须真实可靠,符合国家有关部门的条例规定,遵守《中华人民共和国计算机信息网络国际联网暂行规定》和国家有关法律、法令、法规的规



合同编号: XZL23054

合同编号: XZL23054

3、一经发现乙方数据存在不实情况或存在作弊行为,视为乙方违约,甲方有权单方面解除合同,且乙方需赔偿甲方已支付合同款,并支付甲方合同总价款的30%作为违约金。

#### 七、质量标准

1、乙方重点审核视频内容、文案内容、视频质量、表达方式等,拍摄方式,宣传重点由双方协商,最终以乙方为准。

2、方案经甲方审核后即生效,甲方不得无故频繁要求更改,如遇特殊原因需要更改,更改次数不得高于3次,且甲方需承担重新起草拍摄的相应费用。

3、若甲方提供样稿,则乙方需以甲方提供的样稿及色标为标准。

4、视频成品若与甲方验收的样稿有较大差异,影响质量,则由乙方重新拍摄(或制作),费用由乙方承担。

#### 八、知识产权及保密条款

1、甲方向乙方提供的资料(包括但不限于文字资料、图片、音像作品)的知识产权均属甲方所有,除用于本合同之目的,乙方不得以任何方式进行使用。本合同项下的创作成果的知识产权归属达人方所有,若甲方须使用本合同项下达人创作的成果,则需向达人方取得授权。乙方不得在未经甲方书面同意的情况下将创作成果用于与完成本合同规定的委托事项之外的任何用途。

2、乙方应对甲方提供的或在本合同履行过程中接触到的,有关甲方的信息、资料,特别是甲方的市场推广、策划方案的部分或全部及本协议内容严格保守秘密,未经甲方书面许可,不得向任何第三方透露。

3、乙方应采取必要措施保证其员工无论是在职中还是离职后均承担同样的保密义务。本协议变更、解除和终止后保密条款对双方仍有约束力。

#### 九、违约条款

1、甲乙任何一方因自身原因未履行本协议义务,都必须及时以书面形式通知对方并积极采取补救措施。

2、任何一方都不能无故提前终止本协议内容,否则按本合同总额的【10】%承担违约责任,违约金不足以弥补损失的,赔偿全部损失。

3、乙方未按时发布宣传的,每逾期一天,按照合同总金额的【0.05】%向甲方支付违约金,如乙方逾期超过【8】天乙方仍未完成广告发布的,甲方有权解除本合同,乙方应按本合同总金额的【10】%支付违约金,乙方应退回甲方已支付的所有款项。

4、甲方有付款的义务,若甲方未按时支付款项,每逾期一天,按照应付款的【0.05】%向乙方支付违约金,如逾期超过【10】天甲方仍未支付款项的,乙方有权解除本合同,甲方应按本合同总金额的【10】%支付违约金,乙方有权不退回甲方已支付的所有款项。

#### 十、不可抗力

发生不可抗力影响本合同履行的,任何一方可根据情况部分或全部免于承担责任,受事故影响的一方应尽快将所发生的不可抗力事故情况以书面方式通知合同另一方,并尽最大努力缩

合同编号: XZL23054

影响的一方应尽快将所发生的不可抗力事故情况以书面方式通知合同另一方, 并尽最大努力缩小损失范围。

本合同中的不可抗力和意外事件是指不能预见、不能克服并不能避免的, 并且对双方或者其中一方造成重大影响的客观事件, 其中包括自然事件如水灾、地震、疫情和社会事件如政府行为。

十一、本合同在履行期中, 如果甲乙双方发生争议, 应友好协商解决, 协商不成的, 提交原告方本合同约定的办公地址所在地人民法院进行诉讼。

十二、其他

- 1、自甲乙双方盖章后生效。本合同一式【叁】份, 甲方执贰份, 乙方执壹份具有同等效力。
- 2、乙方不得向甲方有关工作人员进行或实施任何形式的商业贿赂, 否则甲方有权解除合同并要求乙方承担合同总额5%的违约金。



甲方: 华强方特(徐州)旅游发展有限公司	乙方: 南京拾光控股有限公司
单位名称: (章)	单位名称: (章)
单位地址: 徐州市铜山区张集镇工业园区	单位地址: [REDACTED]
授权代表: [REDACTED]	授权代表: [REDACTED]
经办人: [REDACTED]	经办人: [REDACTED]
联系电话: [REDACTED]	联系电话: [REDACTED]
邮箱: [REDACTED]	邮箱: [REDACTED]
开户行: 中国农业银行股份有限公司	[REDACTED]
账号: [REDACTED]	[REDACTED]

南京拾光  
 1201153742506  
 2011

合同编号: XZL23054

附件一: 初版探店达人名单及预算拆分

内容类型	合作形式	是否报备	昵称	达人相关信息			最终报价		
				主页链接	粉丝数	点赞数	小红书单价	蒲公英服务费10%	差旅费用
探店	图文	是	壹桐雨	shonaha.com/user/profile/2374762926	0.6	12.5			
探店	图文	是	钟崇宇	shonaha.com/user/profile/288564835	23.9	232.0			
探店	图文	是	陆丽娜娜	shonaha.com/user/profile/5a3b4cfc	2.5	80.0			
亲子	图文	是	欧思叶	shonaha.com/user/profile/59968e35	8.3	212.0			
探店	图文	是	原来是林林	shonaha.com/user/profile/603d9050	4.0	3.4			
探店	图文	是	爬爬公主爱努力	shonaha.com/user/profile/5bb371ba	1.2	8.5			
探店	图文	是	小陈陪你一棒	shonaha.com/user/profile/643a4e09	10.4	72.3			
探店	图文	是	小黑豆	shonaha.com/user/profile/6ba311ad	3.2	35.3			
探店	图文	是	真美的故事	shonaha.com/user/profile/62171f18	62342	418289.0			
探店	图文	是	豫前	shonaha.com/user/profile/56c876a0	44438	334975	3000		

节点	内容形式	投放地点	金额: 万	小计:	返货后小计	预计曝光	备注
万圣节 (10.07-10.17)	达人笔记	徐州			7.5	50w+	以实际签约为准 (预计10.13前投放完成, 10.17前数据归账, 备注及有程自然流情况随时开始投放)
	信息流			2.06	80w+		
	搜索			2.575	40w+		
总计:						170w+	
打包价							

(实际探店达人名单以后续附件确认信息为准)



115

附件二: 徐州方特 2023 年万圣档信息投放规划&sem 词包

	投放周期	10月10日-10月20日(以达人发布周期为准)
	投放预算(信息流+搜索)	测试期: 单篇200-300预算, 爆发期信息流单篇1000-3000, 搜索词优质笔记关键词拦截 达人笔记发布48小时内开始投放
	投放逻辑	测试期: 1、投放赛马胜出笔记, 获得高性价比流量得到更多曝光, 触达更多人群 2、开始做爆文笔记积累及放量投放 爆发期: 1、优质内容维稳投放, 过程中及时优化衰退笔记 2、进一步打造爆文, 深化用户对产品认知程度 说明: 1.笔记数据横向对比, 数据较优, 则直接放量投放, 观察放量后数据表现, 2.笔记投放测试2天后, 数据较优, 提前结束测试期, 进入放量期, 一天放量期结束后数据表现波动不大, 则继续放量, 波动较大, 则根据数据波动情况进行预算调整。
	投放目标	1、提高徐州方特万圣节活动在小红书上的声量, 覆盖江苏省区域人群, 为园区活动引流 2、爆文打造后转为SEM, 拦截竞品词, 提高品牌力, 增强曝光
投放部分	信息流定向维度	营销诉求: 产品种草 广告类型: 信息流推广 投放时间: 6:00-24:00 推广目标: 点击量/互动量 成本控制方式: 互动成本控制(参考竞品近一个月大盘数据的80%出价) 计划预算: 指定预算并均匀消耗 定向选择: 智能定向 地域: 徐州市 年龄: 18岁 - 35岁 性别: 无限制  优化素材 点击率高, 互动率低: 笔记标题引导性强 点击率低, 互动率高: 内容标题吸睛
	sem	地域定向: 徐州市 词包详见附件
备注		规划及预估, 具体以最终投放为准



合同专用章  
3201910295370

3742

合同编号: XZL23054

以下关键词前缀按字母顺序排列

关键词	竞争指数	月均搜索量	市场均价	竞品 - 关键词	竞争指数	月均搜索量	市场均价	关键词	竞争指数	月均搜索量	市场均价
核心关键词											
关键词	高	4278	2.72	柳州旅游攻略	高	81965	0.3	关键词	高	609294	2.43
柳州关键词	高	13071	1.91	柳州旅游攻略	高	71183	0.3	关键词	高	184756	2.09
柳州旅游攻略	中	3627	2.49	柳州自驾游攻略	高	84976	1.89	关键词	高	332118	1.5
柳州旅游攻略	中	9014	2.28	柳州自驾游攻略	高	79879	0.3	关键词	高	87971	2.87
柳州旅游攻略	中	3818	2.2	柳州自驾游	高	62271	0.71	关键词	高	65461	0.3
柳州旅游攻略	中	3060	2.04	柳州自驾游	高	56154	0.3	关键词	高	24651	1.87
柳州旅游攻略	中	1768	2.3	柳州自驾游	高	47420	0.3	关键词	高	12743	0.3
柳州旅游攻略	中	1537	2.27	柳州自驾游	中	14316	1.8	关键词	中	933	0.3
柳州旅游攻略	中	576	1.93	柳州自驾游	中	34140	0.3	关键词	中	624	0.3
柳州旅游攻略	中	2186	2.08	柳州自驾游	中	19483	0.3	关键词	中	423	0.3
柳州旅游攻略	中	311	2.1	柳州自驾游	中	19916	0.3	关键词	中	133167	0.3
柳州旅游攻略	中	611	2.11	柳州自驾游	中	27009	0.3	关键词	中	10905	0.3
柳州旅游攻略	中	402	2.42	柳州自驾游	中	22589	0.3	关键词	中	8323	0.3
柳州旅游攻略	中	793	2.71	柳州自驾游	中	12143	0.3	关键词	中	460	0.3
柳州旅游攻略	中	201913	0.51	柳州自驾游	中	4474	0.3	关键词	中	1123	0.3
柳州旅游攻略	中	119132	0.79	柳州自驾游	中	10972	0.3	关键词	中	1293	0.3
柳州旅游攻略	中	4713	0.3	柳州自驾游	中	1319	0.3	关键词	中	861	0.3
柳州旅游攻略	中	31831	0.3	柳州自驾游	中	7087	0.3				
柳州旅游攻略	中	23611	0.36	柳州自驾游	中	3533	0.3				
柳州旅游攻略	中	11366	1.26	柳州自驾游	中	9731	0.3				
柳州旅游攻略	中	14994	0.41	柳州自驾游	中	1560	0.3				
柳州旅游攻略	中	9392	0.42	柳州自驾游	中	630	0.3				
柳州旅游攻略	中	10051	0.39	柳州自驾游	中	217	0.36				
柳州旅游攻略	中	7664	0.3	柳州自驾游	中	217	0.3				
柳州旅游攻略	中	9639	0.42	柳州自驾游	中	59	1.8				
柳州旅游攻略	中	10826	0.4	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	8110	0.37	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	7273	0.37	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	12014	0.3	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	11554	0.42	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	12040	0.4	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	6417	0.3	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	1314	0.3	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	8071	0.3	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	2534	0.3	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	4917	0.3	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	1024	0.3	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	3711	0.4	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	4234	0.4	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	2273	0.3	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	1180	0.3	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	5365	0.41	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	2799	0.34	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	2018	0.34	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	5209	0.48	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	3013	0.54	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	1087	0.53	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	4384	0.55	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	2910	0.55	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	4136	0.42	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	793	0.3	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	2013	1.06	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	2742	0.36	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	2423	0.36	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	1791	0.49	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	3613	0.52	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	3029	0.61	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	4314	0.76	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	2225	0.52	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	1129	0.8	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	1427	0.33	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	1820	0.43	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	1420	1.42	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	1523	0.4	柳州自驾游	中	1171	0.3				
柳州旅游攻略	中	349	0.32	柳州自驾游	中	1171	0.3				



光信息

光信息  
章  
506

## 2025年三季度小红书达人线上推广合同

甲方：江苏汤山国际旅行社有限公司

乙方：江苏拾光宝盒信息技术有限公司

### 一、合同期限

本合同期限自 2025 年 09 月 01 日起至 2026 年 8 月 31 日止。

### 二、定义

- 1、投放费：指甲方因委托乙方在小红书提供广告推广服务而向乙方支付的费用。
- 2、服务费：甲方因委托乙方为其提供达人账户招募，笔记投放，投放数据分析与报告，效果优化，创意素材制作等优化推广服务所支付的费用。

### 四、费用与支付

#### 1、费用

	标准 (粉丝量)	达人数量	单价	总价	备注
KOC/KOL 笔记投放	5-10w	10			此费用含所有服务费
	2w-5w	4			
	3k-2w	16			
合计：					

本合同总计为人民币：¥ (大写：)。达人笔记种草共计：¥，甲方于签订合同后 30 个工作日内先预付 30% 的金额作为项目启动预付款，计人民币：¥ (大写：)；达人的笔记文章发布数量达到 50% 时甲方再支付 40% 作为进度款，计人民币：¥ (大写：)；乙方提供项目结果报告经甲方验收合格后，甲方支付 30% 尾款，计人民币：。

付款前乙方需提前为甲方开具相应金额的增值税专用发票，发票内容为广告费。付款方式： 现金  电汇  支票  其他

乙方应保证所供发票真实、合法、有效，否则，因此产生的经济法律责任及给甲方造成的损失均由乙方承担。

乙方收到甲方预付款项后，即为甲方办理小红书广告推广业务。

2、甲方所有费用支付均应于合同签订后汇至乙方指定银行账户

乙方指定收款账户信息：  
户名：XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
账号：XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
开户行：XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

#### 甲方开票信息：

甲方开票信息：  
名称：XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
纳税人识别号：XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
地址：XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
电话：XXXXXXXXXXXX  
开户行：XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
账号：XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

#### 五、服务条款

1、甲方须以企业名义签署本合同，甲方保证其提交的信息真实、准确、及时、完整，否则由此引发直接法律纠纷，所涉及的任何法律责任或赔偿由甲方承担。

2、甲方为推广其形象、产品或服务，同意并授权乙方按照本合同的规定在小红书上发布推广内容，并授权乙方为其进行投放设置。因甲方单方面原因导致合同终止的，所导致的一切损失由甲方承担。因乙方单方面原因导致合同终止的，所导致的一切损失由乙方承担。

3、在甲方通过小红书广告推广服务过程中，乙方须对所选kol前期公众形象和言论进行把关，严选正面形象达人，在笔记投放过程中对全网舆情监控和预警，一旦发现负面，及时告知甲方并采取公关危机措施，若因乙方把控和公关危机不作为所引起的法律纠纷，乙方需承担一切责任。

4、甲方使用小红书广推广告所涉及的发布信息必须遵守国家法律法规和互联网有关规定，遵循《中华人民共和国广告法》及《小红书广告审核标准》内的相关规定，因



甲方自行修改笔记有明显营销错误，所发布内容被小红书删除或拒绝，所导致的一切损失由甲方自行承担。因乙方或乙方合作kol自行代写的笔记有明显营销错误，乙方把控不到位的，所发布内容被小红书删除或拒绝，所导致的一切损失由乙方自行承担。

5、乙方按甲方要求沟通达人完成内容撰写及发布。推广内容一经确认，除必要情况下不得随意改动，如需改动需双方协商决定。所有发布的笔记内容，乙方应交由甲方审核并确认，经甲方书面同意后方可发布。内容发布过程中，甲方临时对推广内容或推广时间有变动的，应提前两天通知乙方，若在内容发布前，未收到甲方有变更通知，乙方将按原推广计划如期进行内容推送。

6、乙方应保证提供的服务内容不侵犯任何第三方权益，乙方服务内容涉及侵权的，由此产生侵权责任全部由乙方承担，甲方不承担任何责任。

7、乙方对所组织达人的安全负责，如发生安全事故，给自身或第三方造成人身伤害和财产损失，全部由乙方承担，甲方不承担任何责任。

8、在所有广告投放结束后15个工作日内，制作结案分析报告，包含广告效果数据、用户互动反馈等。若乙方制作的项目结案报告不符合甲方要求，甲方有权拒绝支付尾款，并要求乙方承担由此产生的一切损失。

9、甲乙双方将严格执行本合同项下的合同金额及付款方式，乙方收到相关费用后，严格按照甲方确认的进度执行推广方案。若乙方未按照甲方确认的进度执行推广方案，甲方有权不予支付剩余款项，并有权单方解除合同，要求乙方退回已支付的未执行部分所有款项并向甲方支付本合同总金额20%的违约金，同时由乙方承担由此产生的一切损失。

10、如因小红书原因与中国有关法律、法规相冲突，乙方应及时告之甲方真实原因，并采取补救措施，以双方签署的补充协议为准。若乙方未及时告知甲方真实原因导致甲方受到损失，则由乙方承担一切赔偿责任。

11、任何一方违约，除依法依约承担违约责任和损失赔偿责任外，还应当承担守约方为实现权利而支出的费用，该费用包括但不限于诉讼费、保全费、律师费、公证费、鉴定费、行政罚款等。

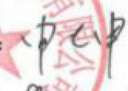

12、合同到期后，如乙方合同履行良好，双方可直接续签合同；若考核未通过，甲

方有权终止合同或另行采购。

13、本合同未尽事宜由双方协商解决，协商不成提交甲方所在地人民法院诉讼解决。

14、本合同一式贰份，双方各执壹份，具有同等法律效力，由双方代表签字盖章后生效，且本协议传真件有效。

15、本合同除文本空格、联系人信息、费用内容外，均为印刷字体。手写部分（包括但不限于添加、删除、修改条款）无效，不具备法律效力。

甲方(盖章): 江苏汤山国际旅行社有限公司 乙方(盖章): 帆程信息技术有限公司  
授权代表(签署):  授权代表(签署):   
日期: 2025 年 9 月 8 日 日期: 2025 年 9 月 5 日

# 小红书广告发布合同

(江苏省政府采购项目编号:JSZC-320100-NJDJ-C2024-0015)

甲方: 南京大明文化实业有限责任公司

乙方: 江苏拾光宝盒信息技术有限公司

丙方: 南京市文化和旅游局

为充分利用小红书媒体资源,对甲方旅游品牌形象、旅游推介活动进行宣传,甲、乙、丙三方本着互惠互利的原则,依据《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国政府采购法》等法律法规、规章之相关规定,经南京典晶工程项目管理有限公司组织招标并见证,就甲方委托乙方为其在2024南京市旅游广告联合投放项目小红书APP上发布广告等事宜,签订如下合同:

- 一、广告发布时间: 合同签订之日起2025年11月10日期间,按甲方活动宣传需求发布
- 二、广告发布媒体为: 小红书APP
- 三、广告发布形式及要求

1、标的服务内容:在小红书媒体平台进行广告发布及内容宣传,具体内容包括:达人视频笔记、达人图文笔记、搜索信息流广告、轻量资源包相关宣传推广,详见下表。

选项一: 小红书达人内容 创作	笔记属性	粉丝数量	数量	报价(元)
	图文类	1万以下		1篇
1~5万			1篇	
5~10万			1篇	
10~20万			1篇	
20~50万			1篇	
50万以上			1篇	
视频类	1万以下		1篇	
	1~5万		1篇	
	5~10万		1篇	
	10~20万		1篇	
	20~50万		1篇	
	50万以上		1篇	
合计报价(元): 126300.00				
选项二: 信息流广告:	广告简介	单位	数量	报价(元)
	将优质笔记定向推送给潜在用户	CPM	1	
合计报价(元):				

	广告简介	单位	数量	报价(元)
选项三: 轻量资源包	包括 20 名粉丝量在 1 万以内的旅游类达人创作图文并发布一次, 两个月的官方品牌专区广告位, 100 万曝光量的竞价信息流	按资源包进行售卖, 1 次购买时效为 2 个月	1	
合计报价(元):				
备注: (1)、价格结算按上述固定单价和甲方实际使用数量进行结算, 执行不得超过合同总价。 (2)、上述价款包含所有乙方提供合同约定产品和服务的报酬及乙方提供合同中产品和服务所支出的必要费用, 甲方在上述合同价款之外不再向乙方支付其他任何费用。				

2、乙方根据甲方的推广需求, 安排小红书达人或乙方公司专门从事小红书推广的工作人员对甲方指定的景点进行采风拍摄、制作广告推广素材, 包括图文笔记、视频笔记, 乙方对达人提供的素材进行审核后, 再交由甲方审核, 甲方确认后方可发布, 发布的素材需符合江苏省文化和旅游厅和小红书广告发布要求的版式。如广告素材由甲方提供, 甲方需在广告开始刊登前十个工作日提供广告素材给到乙方, 乙方按小红书 app 平台审核规则进行发布、推广, 甲方需保证素材符合江苏省文化和旅游厅的版式要求, 否则乙方可拒绝执行。

3、乙方有义务审查最终发布的广告是否符合法律法规规定, 包括但不限于对甲方提交的广告素材、样稿、视频等文件资料进行审查, 如发现不符合相关法律法规规定的, 乙方应当立即书面通知甲方并说明理由和提供证明文件, 并协助甲方进行修订、调整, 直至该等文件资料符合相关法律法规规定为止。

4、乙方须在广告发布前确认该广告已由甲方书面审定合格, 并就广告内容、表现形式等不符合法律、法规规定之处向甲方进行明确提示, 并告知修改的具体要求。如乙方未经甲方审定合格就发布广告或广告内容被监管部门确认违法, 甲方有权拒付相应款项, 并要求乙方退还全部已付款项, 乙方还需承担因此造成的全部甲方损失。

5、广告发布前需经过甲方书面审核确认, 未经甲方同意, 乙方不得改动已确认的广告样稿。

6、本合同执行完毕后, 乙方向甲方提交结案报告, 甲方有权对广告发布情况进行监督, 广告发布结束后乙方需提供甲方相应广告投放监测报告和权威机构出具的第三方效果调研和评估报告。

7、发布广告内容均需植入江苏文化旅游宣传口号“水韵江苏·有你会更美”文字及 logo。

#### 四、合同金额

合同总价: ¥. 元 (人民币大写: 元)

#### 五、付款方式

1. 本合同项下广告发布媒体资源按分项方式购买, 甲方购买媒体资源总价款合计人民币:



乙方认可，同时向乙方付清已经发布与投放的广告费用，若甲方未经乙方书面同意而单方面终止合同，甲方需赔付乙方合同总额的 20% 违约金；乙方如未按约定广告发布与履行合同义务，逾期一日应当按照逾期未付金额的万分之三向甲方支付违约金，乙方迟延履行超过 7 日的，甲方有权不支付广告款并有权要求乙方退回已支付的款项，并另行赔付合同总额的 20% 违约金。

5、乙方因不可抗力而导致的广告少发，按少一补一的原则给予补偿，如乙方人为原因导致广告少发，按少一补二的原则给予赔偿，相应延迟履行发布的时间由双方协商处理。

6、未经甲方书面同意，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。

7、甲、乙、丙三方不得单方面中止或在服务期内终止协议。

8、丙方负责督促甲乙双方按照本合同约定内容严格履约，合同执行完成后，丙方负责督促甲方向乙方支付剩余合同金额（自付部分），待甲方支付完成后，经丙方审核无误，由丙方向乙方支付江苏省旅游广告联合投放专项资金补贴部分金额。

9、甲方需按上述选定的结算方式如期向乙方支付款项，逾期未支付或未完全支付，则乙方有权立即中止合同的履行而不承担违约责任，且甲方还应向乙方支付逾期付款利息，逾期一日应当按照逾期未付金额的万分之三向乙方支付违约金，本合同甲乙丙三方约定的违约金为合同总价款的 20%。

10、乙方为履行本合同约定内容所使用素材、脚本、创作成果等不得侵犯其他第三方的知识产权，若因此给甲方造成损失或受到第三方指控的，乙方无条件承担所有与此相关的法律后果与甲方所遭受的全部损失，并向甲方支付合同总价款的 20% 违约金，甲方先行担责的，可向乙方全额追偿。

#### 七、保密条款

乙方保证对本合同的条款及在本合同的磋商、谈判、签署和履行等过程中所获知的甲方的所有信息和资料进行保密，无论本合同是否变更、解除、终止，该等保密义务永久有效。

#### 八、不可抗力

对于因不可抗力引起的失约或延误，三方互不承担违约责任。“不可抗力”是指本合同三方不能合理控制、不可预见或即使预见亦无法避免的事件，该事件妨碍、影响或延误任何一方根据本合同履行其全部或部分义务。该事件包括但不限于政府行为、地震、台风、洪水、火灾或其他天灾、战争或任何其他类似事件。

#### 九、争议的解决

1、凡有关本合同或执行本合同发生的争执，应经过友好协商解决；若不能协商解决，任何一方均有权向原告方所在地人民法院提起诉讼。

2、本合同的订立、执行、解释及争议的解决均适用中华人民共和国法律。



010  
用章  
22336

十、协议生效及其他

1、本合同自甲、乙、丙三方加盖公章之日起生效，于本合同项下广告发布完毕，并且甲方向乙方支付完全部广告发布费之日终止。

2、本合同所订一切条款，甲、乙、丙任何一方不得擅自变更或修改，本合同如有未尽事宜或对本合同的任何修正、更改或增删需由甲乙丙三方协商另订书面的补充合同，补充合同须经三方加盖本单位公章后方可生效并与本合同有同等效力。

3、本合同一式柒份，甲、乙双方执贰份，丙方执叁份（其中丙方须向江苏省文化和旅游厅、财政监管部门各交一份合同，用于备案和补贴拨付），具有同等法律效力。

4、本合同不应视为在本合同各方之间形成雇佣关系、代理关系、合伙关系，任何一方均无权代表另一方明示或默示作出任何陈述或保证，也无权使任何一方受到任何方面的约束，任何一方都不因另一方的行为承担任何责任。

5、未经对方事先书面同意，任何一方不得将本合同项下的任何权利或义务转让给第三方。

6、本合同约定受丙方与乙方签订的《2024 南京市旅游广告联合投放项目政府采购合同》及《2024 南京市旅游广告联合投放项目补贴合同》的约束。

甲方（盖章）：南京大明文化实业有限责任公司 乙方（盖章）：江苏拾光宝盒信息技术有限公司

地址： 地址：南京市江宁区江宁开发区菲尼克斯路70号  
总部基地34栋2楼

法定代表人或授权代表： 法定代表人或授权代表：

联系人： 联系人：

电子邮件： 电子邮件：212218824@qq.com

电话： 电话：025-86242221

丙方（盖章）：南京市文化和旅游局

地址：

法定代表人或授权代表：

联系人：

电子邮件：

电话：