泗洪县2025年旅游广告联合投放项目

项目编号：JSZC-321324-DTZB-C2026-0003

采

购

合

同

签订日期：2026年4月13日

泗洪县 2025 年旅游广告联合投放项目

政府采购合同（合同编号 JSZC-321324-DTZB-C2026-0003-002）

项目名称：泗洪县 2025 年旅游广告联合投放项目

项目编号：JSZC-321324-DTZB-C2026-0003

甲方：（采购人）泗洪县文化广电和旅游局

乙方：（供应商）江苏今日视界网络传播有限公司

甲、乙双方根据泗洪县 2025 年旅游广告联合投放项目—小红书宣传推广项目竞争性磋商的结果，签署本合同。

一、合同内容

1.1 标的名称：泗洪县 2025 年旅游广告联合投放项目—小红书宣传推广项目

1.2 标的清单：

小红书宣传推广项目								
采购资源	资源详情	投放地域/量级		预计单价（元）	单位	预计数量	投放总价（元）	投放时间
小红书品牌广告-信息流广告	小红书信息流广告	全国		50	元/cpm	1000	50000	根据宣传需要，在合同签订后一年内执行完毕。
小红书官方账号笔记内容生产	更新笔记(图文+视频) 视频时长为30s内,图文笔记约6—9张图片+文案	全国		200	元/篇	725	145000	
达人内容创作	蒲公英达人视频、图文创作	全国	10W以上粉丝达人	15000	元/位	7	105000	
合计（元）：叁拾元整（¥:300000）								

1.3 履行时间（期限）：根据宣传需要，在合同签订后一年内执行完毕。

1.4 履行地点：采购人指定地点

1.5 履行方式：根据采购文件要求

二、合同金额

2.1 本合同分项单价合计金额为壹万伍仟贰佰伍拾元整（¥:15250.00）。本项目总价金额为叁拾万元整（¥:300000）。其中，泗洪县财政投入金额为壹拾伍万元整(¥:150000)，江苏省文化和旅游厅补助资金金额为壹拾伍万元整(¥:150000)。

三、技术资料

3.1 乙方应按磋商文件规定的时间向甲方提供与合同标的有关的技术资料。

3.2 没有甲方事先书面同意，乙方不得将由甲方提供的有关合同或任何合同条文资料提供给与履行本合同无关的任何其他人。即使向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。

四、知识产权

4.1 乙方应保证甲方在使用、接受本合同标的或其任何一部分时不受第三方提出侵犯其专利权、版权、商标权和工业设计权等知识产权的起诉。一旦出现侵权，由乙方负全部责任。

五、产权担保

5.1 乙方保证所交付的合同标的的所有权完全属于乙方且无任何抵押、查封等产权瑕疵。

六、履约保证金

本项目收取履约保证金。履约保证金应在采购合同签订前提交，履约保证金的金额：按采购合同总价的 2%（使用江苏政府采购电子履约保函（保险）代替缴纳履约保证金，按采购合同总价的 1.2%）计取。除银行电汇、网上银行、数字人民币外，投标人还可选用银行保函、担保公司的保证担保或保险公司的保证保险等多种形式向采购人缴纳；

履约保证金退还的方式：以银行电汇、网上银行、数字人民币形式缴纳履约保证金的，退回至投标人存款账户或投标人数字人民币账户；以保函、担保、保险等形式缴纳履约保证金的，在保函、担保、保险约定的保证期限届满之日起自行失效；

履约保证金退还的条件：按以下第 b 种方式实行：

a.货物类项目，项目验收合格，出具验收报告及履约保证金收据申请退付；

b.服务类项目，项目履约期满评价合格，出具履约评价报告及履约保证金收

据申请退付；

c.工程类项目，项目完工验收合格，出具完工证明及履约保证金收据申请退付；

履约保证金退还时间：采购单位收到供应商退付申请后 5 个工作日内退还；

履约保证金不予退还情形：除不可抗力外，供应商不履行与采购人订立的采购合同的，履约保证金不予退还，给采购人造成的损失超过履约保证金数额的，还应当对超过部分予以赔偿；

逾期退还履约保证金的违约责任：除应当退还履约保证金外，还应当按中国人民银行同期贷款基准利率上浮 20%后的利率支付超期资金占用费，但因供应商自身原因导致无法及时退还的除外。

本项目支持和鼓励供应商使用江苏政府采购电子履约保函（保险）代替缴纳履约保金。关于办理流程、偿付等内容详见江苏省政府采购网《关于在全省政府采购领域推行电子履约保函（保险）的通知》（苏财购〔2023〕150 号）。

七、合同转包或分包

7.1 乙方不得将合同标的转包给他人履行。

7.2 乙方不得将合同标的分包给他人履行。

7.3 乙方如有转包或未经甲方同意的分包行为，甲方有权解除合同。

八、合同款项支付

8.1 合同款项的支付方式及进度安排

进度款：提交最终成果并通过验收合格且收到供应商发票后 10 个工作日内，支付至合同价款的 100%。（注：可以采用数字人民币支付）

九、税费

9.1 本合同执行中相关的一切税费均由乙方负担。

十、项目验收

10.1 甲方依法组织履约验收工作。

10.2 甲方在组织履约验收前，将根据项目特点制定验收方案，明确履约验收的时间、方式、程序等内容，并可根据项目特点对服务期内的服务实施情况进行分期考核，综合考核情况和服务效果进行验收。乙方应根据验收方案内容做好相应配合工作。

10.3 对于实际使用人和甲方分离的项目，甲方邀请实际使用人参与验收。

10.4 如有必要，甲方邀请参加本项目的其他供应商或第三方专业机构及专家参与验收，相关意见将作为验收书的参考资料。

10.5 甲方成立验收小组，按照采购合同的约定对乙方的履约情况进行验收。验收时，甲方按照采购合同的约定对每一项技术、服务、安全标准的履约情况进行确认。验收结束后，验收小组出具验收书，列明各项标准的验收情况及项目总体评价，由验收双方共同签署。验收结果与采购合同约定的资金支付及履约保证金返还条件挂钩。履约验收的各项资料存档备查。

10.6 验收合格的项目，甲方根据采购合同的约定及时向乙方支付合同款项、退还履约保证金。验收不合格的项目，甲方依法及时处理。采购合同的履行、违约责任和解决争议的方式等适用《中华人民共和国民法典》。乙方在履约过程中有政府采购法律法规规定的违法违规情形的，甲方将及时报告本级财政部门。

十一、违约责任

11.1 甲方无正当理由拒绝接受乙方提供的合同标的的，甲方向乙方偿付拒绝接受合同价款总值 10%的违约金。

11.2 甲方无故逾期验收和办理合同款项支付手续的，应当支付逾期利息，双方对逾期利息的利率按合同订立时中国人民银行 1 年期同类贷款基本利率支付逾期利息。

11.3 乙方逾期交付合同标的的，乙方应按逾期交付合同总额每日千分之六向甲方支付违约金，由甲方从待付合同款项中扣除。逾期超过约定日期 10 个工作日不能交付合同标的的，甲方可解除本合同。乙方因逾期交付合同标的或因其他违约行为导致甲方解除合同的，乙方应向甲方支付合同价款总额 10%的违约金，如造成甲方损失超过违约金的，超出部分由乙方继续承担赔偿责任。

11.4 乙方交付合同标的的标准不符合合同规定及磋商文件规定标准的，甲方有权拒绝接受合同标的，并可单方面解除合同。

11.5 因乙方原因未能按进度计划组织验收，情节严重的甲方有权终止合同服务费用不予支付并追责由此造成的损失。

11.6 甲方在双方事先书面约定的达人粉丝数量区间内，指定符合本项目合规要求与投放定位的达人时，乙方不得无正当理由拒绝承接对应达人的合作对接与

执行事宜；否则乙方向甲方偿付拒绝承接对应达人价款总值10%的违约金。但达人档期已满、达人方明确拒单、达人存在合规或品牌负面风险等乙方无法控制的客观情形除外。

十二、不可抗力事件处理

12.1 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，则合同履行期可延长，其延长期与不可抗力影响期相同。

12.2 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。

12.3 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。

十三、解决争议的方法

13.1 双方在签订、履行合同中所发生的一切争议，应通过友好协商解决。如协商不成，由甲方住所地人民法院管辖。

十四、合同生效及其它

14.1 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。

14.2 本合同未尽事宜，遵照《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国政府采购法》有关条文执行。

14.3 本项目实行网签合同，甲乙双方电子签章后自行下载。

甲方：泗洪县文化广电和旅游局　　乙方：江苏今日视界网络传播有限公司

地址：泗洪县政务服务中心 11 楼　　地址：苏州工业园区通园路 208 号苏化科技园 15#3F-402-1 室

法定代表人或授权代表：　　法定代表人或授权代表：柴倩

联系电话：　　联系电话：15106133615

签订日期：2026 年 4 月 13 日

绩效评价方案

考核项目	考核内容	考核标准
一、进度服务响应		
服务响应	供应商服务团队应急服务能力强，确保在有紧急情况发生时提供不超过 8 小时的上门服务。	由于出具供应商原因响应不及时，每次扣除 1 分。
进度保证	供应商须为投放平台授权的代理商，应具备丰富的项目策划、执行服务经验，并拥有完善的资源，确保项目顺利、完整、有效落实。	由于成交供应商原因，未能按要求进度计划完成工作，或采购人认为成交供应商工作进度不能满足合同要求的，成交供应商应采取措施加快进度，每推迟 1 天，扣除 1 分。
二、项目成果质量		
项目实施	广告画面设计、制作、投放，要求画面设计整体协调、美观大气、亮点突出、展示效果佳、视觉冲击力强，广告发布前需经过采购人审核确认。	因成交供应商未按照相关要求实施，未能取得预期效果的，采购人可以随时发出指示，要求中标人立即采取措施进行补救，直至达到相关要求。每发生 1 次扣 2 分。
投放验收	提供由第三方专业调研机构出具的监测报告和效果评估报告，联合投放验收须提供完整项目结案报告，同时报告中应体现官方后台数据截图与录屏材料。	成交供应商由于主观原因无法获取报告和质量无法达到采购人要求，造成不满足验收标准的，每次扣除 5 分。
三、后续服务保障		
售后服务	根据采购方重大活动和重要时间节点提供相关服务。	对采购方工作响应不及时，每次扣 1 分，未按要求做好服务工作或配合不到位，每次扣 2 分。

相关服务	供应商可承诺根据本项目提供有效的其他服务，其他服务的平台或资源要适合开展旅游类广告宣传，应用方便，广告宣传方案完整，科学合理，且具有很强的吸引力、曝光率和针对性。	中标人未按承诺做好其他服务或服务保障不到位的，每次扣 1 分
四、评价标准与等级		
评价标准与等级	分为优、合格、不合格三个等级。得分 70 分以下为不合格；90 分以上为优。 费用结算明细表，经采购人考核后，按以下方式拨付： (1) 项目考核成绩在 90 分以上（不含 90）全额支付尾款费用； (2) 项目考核成绩在 90—80 分（含 90 分）之间的，支付尾款费用标准的 90%; (3) 项目考核成绩在 80—70 分（含 80 分）之间的，支付尾款费用标准的 80%; （4）项目考核成绩在 70 分以下的，不支付尾款费用。	
考核组织与实施	采购人负责组织实施，服务期满对项目进行考核评分，≤70 分甲方有权利拒绝支付尾款。	