苏州市文广旅局合同备案号：2026-033

政府采购合同

甲　　方：苏州市文化广电和旅游局
地　　址：苏州市公园路 38 号
联 系 人：包袁海
联系电话：0512-69823054

乙　　方：江苏大运文化旅游发展有限公司
地　　址：南京市建邺区扬子江大道 230 号
联 系 人：杨泽晨
联系电话：025-86801173

根据《中华人民共和国民法典》和《中华人民共和国政府采购法》等有关法律法规，为明确采购单位（甲方）和供应单位（乙方）购销过程中的权利、义务和经济责任，双方遵循平等、自愿、公平和诚实信用原则， 经友好协商，同意按照下面的条款和条件订立本合同，以资共同遵守。

一、定义

以下术语有特定的含义：

服务是指根据合同规定乙方应承担的工作和合同中规定乙方应承担的其他义务。

合同价款是指根据乙方的响应文件和合同规定，乙方在正确地履行合同义务后甲方应支付给乙方的价款。

甲方是指合同中明确规定的实际购买和接受服务的单位。

乙方是指合同中规定的提供服务的单位。

损失是指合同一方因不履行合同义务而导致另一方及第三方的各种损失的费用，还包括守约方为减轻损失或维护权利而需支付的各种调查费用、车旅费用、律师费用、诉讼费用等。

二、合同项目及期限

1. 服务内容：乙方负责 2026 年“君到苏州”文化旅游总入口平台运营 的服务工作（具体内容详见附件）。

2. 服务期限：2026 年【4】月【7】日至 2027 年【4】月【7】日，服务期一年（具体开始时间以甲方通知为准）。

3. 服务地点：根据甲方指定地点。

三、合同总价款

合同金额（人民币）大写：壹佰陆拾陆万伍仟元整，小写：¥1665000.00。此价款包括但不限于完成该项目成本、利润、税金、管理费、风险费、代理服务费、文件规定政策性费用等所有费用。除双方另有约定外，甲方不支付其他费用。

四、付款方式

1. 付款步骤：

1.1 合同签订后 15 日内甲方向乙方支付合同金额的 40%，乙方提供运营服务满半年且经甲方半年度验收合格后甲方向乙方支付合同金额的 40%，待服务完成并经甲方验收合格后甲方根

据考核内容的完成情况甲方向乙方支付合同金额剩余的20%。

1.2 在签订合同时，乙方明确表示无需预付款或者主动要求降低预付款比例的，甲方可不适用上述关于预付款的规定。

2.根据国家现行税法对甲方征收的与本合同有关的税费均由甲方承担；根据国家现行税法对乙方征收的与本合同有关的一切税费均由乙方承担。如乙方在履约过程中产生额外的收益，归甲方所有。

3.账户信息

乙方开户名称：江苏大运文化旅游发展有限公司

开户银行：中国银行江苏省分行

银行账号：540474323166

数字人民币账号（数币钱包ID）：0052 2002 0034 5646

五、甲、乙双方的责任

1.甲方责任：

1.1 依本合同约定按期支付合同款项。

1.2 依据本合同约定及时组织验收。

1.3 协助乙方进行项目的相关协调工作及约定期限内提供相关资料以利于开展项目。

1.4 本合同项目产生的所有素材、成果的知识产权属甲方所有，未经甲方许可，乙方不得作本合同目的之外使用。

2.乙方责任：

2.1 乙方负责完成本次采购要求的全部服务工作，乙方应按采购文件以及合同约定的技术规范、标准实施，并保证按期、保质保量完成项目的实施工作，对提交的项目质量负责。

2.2 乙方应保证其提供的服务、服务成果、使用的技术工具等不侵犯任何第三方的知识产权及其他合法权益，并向甲方提供完整的知识产权担保。如甲方因本合同项下服务成果侵权而受到第三方的索赔请求、投诉或指控，乙方应负责处理，并承担甲方因此发生的全部费用及损失，同时应向甲方承担合同总价款30%的违约金。

六、违约责任

1.甲方违约责任：

1.1 在合同生效后，甲方无故要求解除合同的，应向乙方偿付合同总价款 5%的违约金，违约金不足以补偿损失的，乙方有权要求甲方补足。

2.乙方的违约责任：

2.1 甲方对乙方的交付成果提出建议的，乙方应在收到甲方通知的规定期限内完成修改或返工；若超过规定的期限未修改或经修改，或返工后仍不合格超过3次的，乙方应承担合同总价款10%的违约金并赔偿给甲方造成的所有直接、间接损失。甲方可另外委托他人完成服务，服务费用优先从未支付款项中扣除，不足部分甲方有权向乙方追偿。

2.2 乙方逾期提供服务的，应立即提供服务并应按照合同总价款的每天万分之四支付逾期服务违约金，同时承担甲方因此遭致的损失费用。乙方服务逾期超过5个工作日或不能服务的，甲方有权解除合同并要求乙方退还甲方已支付的款项，同时乙方应向甲方赔偿合同总价款20%的违约金，违约金不足以补偿损失的甲方有权要求乙方补足。

2.3 若乙方提供服务过程因工作失误，导致甲方名誉受损的，乙方应向甲方偿付合同总价款20%的违约金，同时赔偿甲方因此产生的损失。

2.4 乙方必须自己完成合同内容，不得自行分包，否则，甲方有权按乙方不能完成合同

处理。

2.5 乙方应执行国家有关规定（如苏州最低工资标准和其他规定），负责乙方员工的生病、事故、伤残、死亡和劳务纠纷，甲方不承担任何相关责任。

2.6 乙方负有对自己员工的安全责任，甲方不承担任何相关责任。

2.7 乙方应赔偿的甲方损失、支付给甲方的违约金以及其他依据本合同应支付给甲方的费用，甲方有权直接从未支付款项中予以扣除，不足部分有权要求乙方予以补足。

七、不可抗力

1.如果乙方和甲方因不可抗力而导致合同实施延误或不能履行合同义务，不应该承担误期赔偿或不能履行合同义务的责任。因乙方或甲方先延误或不能履行合同而后遇不可抗力的情形除外。

2.本条所述的“不可抗力”系指那些双方无法控制，不可预见的事件，但不包括双方的违约或疏忽。这些事件包括但不限于：战争、严重火灾、洪水、台风、地震以及其他事件。

3.在不可抗力事件发生后，当事方应在十五日内以书面形式将不可抗力的情况和原因通知对方。双方应尽实际可能继续履行合同义务，并积极寻求采取合理的方案履行不受不可抗力影响的其他事项。双方应通过友好协商在合理的时间内达成进一步履行合同的协议。

八、争端的解决

1.甲方和乙方应通过友好协商，解决在执行本合同过程中所发生的或与本合同有关的一切争端。如从协商开始十天内仍不能解决，可向有关合同管理部门提请调解。

2.如果调解不成，双方中的任何一方可向甲方所在地人民法院提起诉讼

3.诉讼费、律师费等费用由败诉方负担。

4.因合同部分履行引发诉讼的，在诉讼期间，除正在进行诉讼的部分外，本合同的其他部分应继续执行。

九、违约终止合同

1.在甲方因乙方违约而按合同约定采取的任何补救措施不受影响的情况下，甲方可在下列情况下向乙方发出书面通知，提出终止部分或全部合同。

1.1 如果乙方未能在合同规定的限期或甲方同意延长的限期内提供部分或全部服务。

1.2 如果乙方未能履行合同规定的其他任何义务。

1.3 如果乙方在本合同的竞争或实施中有腐败和欺诈行为。为此，定义如下：“腐败行为”是指提供、给予、接受或索取任何有价值的东西来影响甲方人员在采购过程或合同实施过程中的行为；“欺诈行为”是指为了影响采购过程或合同实施过程而谎报事实，损害甲方的利益，包括响应单位之间串通，人为地使采购活动丧失竞争性，损害甲方所能获得的权益。

2.如果甲方根据以上规定，终止了全部或部分合同，甲方可以依其认为适当的条件和方法购买与未提供服务类似的服务，乙方应对购买类似服务所超出的那部分费用负责。并且，乙方应继续履行合同中未终止的部分。

十、破产终止合同

如果乙方破产或丧失清偿能力，甲方可在任何时候以书面形式通知乙方终止合同而不给乙方补偿。该终止合同将不损害或影响甲方已经采取或将要采取任何补救措施的权利。

十一、政府采购法对政府采购合同变更终止的规定

政府采购合同的双方当事人（指甲乙双方）不得擅自变更、中止或者终止合同。政府采购合同继续履行将损害国家利益和社会公共利益的，双方当事人应当变更、中止或者终止合同。有过错的一方应当承担赔偿责任，双方都有过错的，各自承担相应的责任。

十二、履约验收

1.按照《江苏省财政厅关于印发〈江苏省政府采购履约验收管理办法〉的通知》（苏财规〔2024〕7号）相关要求，组织开展项目履约验收工作。

2.采购文件、响应文件及政府采购合同等文件是履约验收的主要依据。当政府采购合同约定的履约验收条件满足时，乙方可主动联系甲方启动履约验收程序。

3.组织履约验收前，甲方将结合项目具体情况制定验收方案，明确验收时间、方式、程序等内容。乙方应按照验收方案要求，积极配合完成相关工作。

4.验收内容及标准应至少涵盖服务质量、用户满意度、服务过程文件资料完整性、数据准确性等。

十三、合同转让和分包

本项目不得转让和分包。

十四、需要补充的合同条款

根据评审过程中或者商务谈判时商定的条款和条件在订立合同时标明。

十五、合同生效

1.双方签约人为各自法定代表人或被授权代表。

2.本合同（采购编号：JSZC-320500-SZSD-C2026-0009）系指本文件及其附件中的所有部分，采购文件、乙方的响应文件、成交通知书、乙方在采购过程中的澄清和承诺等为本合同不可缺少的组成部分。

3.本合同自甲乙双方签字并盖章之日起生效。

4.本合同壹式陆份，甲乙双方各执贰份，采购代理机构壹份，政府采购管理部门壹份，各份具有同等法律效力。

5.本合同应按照中华人民共和国的现行法律进行解释。

6.合同修改：除甲乙双方签署书面修改、补充协议，并成为本合同不可分割的一部分之外，本合同条件不得有任何变化或修改。

（以下无正文）

甲 方 （ 公 章 ）：

法定代表人或授权代表（签字或盖章）：

签 约 日 期 ：

乙 方 （ 公 章 ）：

法定代表人或授权代表（签字或盖章）：

签 约 日 期 ：

合同签订地：

附件：2026年“君到苏州”文化旅游总入口平台运营服务内容及要求

1.运营内容：

1.1日常运营：主要包括平台内容策划与宣传、文旅商城日常维护、文旅资源挖掘与整合、文旅业务宣传推广、平台运营与用户数据分析，以及客服服务支持等。

1.1.1平台宣传内容策划：围绕“君到苏州”平台定位，结合用户需求与市场趋势，策划具有吸引力的营销内容，撰写高质量宣传推文不少于200篇。

1.1.2平台产品信息维护：负责平台产品信息更新、上下架管理、库存动态调整，结合商家反馈与市场政策变化，及时维护产品信息及可售库存。并在全年7个法定节假日前，全面核查平台上千款产品信息（包括商家地址、联系方式、节假日营业时间、预订须知、发货信息及产品描述等），确保信息准确有效。

1.1.3页面设计优化：负责文旅商城整体UI界面设计、专题页面视觉设计及动态开屏页设计等。全年完成不少于4次商城界面UI改版优化，提供专题页面前后端技术开发支持，并保障专题内容上架、下架及相关产品配置服务。

1.1.4专题制作：围绕我局年度重大文旅活动及相关处室、直属单位需求，策划并制作以文字、图片、视频等形式呈现的宣传专题，全年完成不少于15个文旅业务专题宣传推广，策划并执行12场以上线上主题活动及12场以上粉丝互动，提升用户关注度和消费转化率。

1.1.5客户服务：平台客服团队不少于3人，每日9:00—18:00提供全年无休在线服务，确保咨询电话畅通，及时响应并处理用户咨询、投诉、售后及各类反馈，跟踪问题直至闭环，提升用户满意度。

1.2资源整合：新增一对多在线的智能客服系统，强化用户行为埋点统计与分析能力，优化搜索功能及标签体系。持续保障短信通知、地图服务、物流查询等基础功能，实现从预订到售后全程服务覆盖，为市民游客提供便捷高效的一站式数字文旅服务。

3.2.1文旅产品对接上架：深入挖掘和整合苏州旅游目的地特色文旅产品及非标资源，包括景区景点门票、演艺、住宿、餐饮、娱乐、文创产品等，全面加强资源整合与营销推广。通过调研评估，筛选符合平台定位的优质供应商，全年新增上架文旅产品不少于700个。

3.2.2供应商联络与维护：开展文旅供应商筛选、商务洽谈、签约合作、产品信息审核及商户后台操作培训等工作，与供应商保持良好合作关系。在春节、五一、国庆等重点旅游假日前，及时更新并维护商家信息，配合做好票务销售等保障措施。

1.3运营保障：通过建立微信群沟通机制、定期例会制度等方式，构建运营事项审查与反馈闭环，确保各项工作及时响应。定期开展内容巡检，保障平台信息的准确性和时效性；重大节点或活动期间提供现场保障服务。

1.3.1商家对账：每月15日前完成平台商户账单核对与确认，跟进财务结算与付款流程。

1.3.2运营数据分析：定期对平台运营情况进行复盘总结，通过数据分析发现问题并提出策略建议。提供周报、月报、年度总结及重点假日专题分析报告。

1.3.3数据巡检：定期对平台各项功能运行情况、页面展示内容、系统安全及稳定性进行检查，确保前端展示信息准确、更新及时。全年提交不少于100份巡检数据报告。

1.3.4现场支持：在节庆活动、上级视察、重要演示等关键节点，安排专业人员现场保障平台稳定运行。

1.3.5 会议响应：建立例会制度，每周召开工作例会并提交周报，每月召开月度例会并提交月报，根据工作需要可随时召开紧急会议，确保运营事务高效响应。

1.4 佣金上交政策：根据财政监管要求，“君到苏州”平台运营中产生的产品销售收益，将按全年销售金额全额缴入国库支付账户。产品销售收益指平台佣金收入扣除支付渠道手续费、短信费、相关税费等成本后的净额。项目结束后 30 个工作日内，委托会计师事务所开展专项审计，出具审计报告，全面反映平台产品销售收益情况。

1.5 其他配套服务：

1.5.1 票务系统对接：为满足用户多样化产品需求，通过与景区、游船、演出机构、年卡等票务及闸机系统对接，优化预约、预订及入园核销体验，提升游玩便捷度。全年完成不少于 10 家票务系统对接。

1.5.2 服务器资源租赁：为保障平台安全稳定、运行高效，配套租赁专属云服务器，支撑数据存储、访问响应等网络服务需求。

1.6 考核：

2026 年绩效考核指标	
一、奖励设置	绩效考核奖励金额设定为项目合同总额的 20%。
二、单项否决（出现任一情形，实行“一票否决”，取消全部奖励）	1. 发生意识形态领域安全事件。
	2. 发生外部网络恶意入侵事件。
三、考核指标	1. 公众号推文：年度协助编辑推文内容和配套视觉设计，不少于 200 篇。
	2. 专题页面更新：年度平台专题页面更新不少于 4 次。
	3. 新增产品数：年度新增平台上架文旅产品不少于 700 个。
	4. 注册用户数：年度新增注册用户数不低于 100 万。
	5. 新增浏览量：年度平台新增浏览量不低于 1 亿。
	6. 日活访问数：年度日均活跃用户数不低于 20 万。
	7. 数据巡检：提交数据巡检报告不少于 100 份。
	8. 票务系统对接：完成平台与票务系统对接不少于 10 家。
	9. 平台活动：线上专题活动策划制作，平均每月不少于 1 次。
	10. 商城界面改版：每季度完成一次商城界面板块改版优化。
说明：未触发单项否决进入正常绩效考核流程；完成全部 10 项考核指标，获得 100%绩效考核奖励；完成 9 项考核指标，获得 90%绩效考核奖励；完成 8 项考核指标，获得 80%绩效考核奖励；完成 7 项考核指标，获得 50%绩效考核奖励；完成 6 项及以下考核指标，不获得绩效考核奖励。	

1.7 保密要求：

1.7.1 乙方应对甲方提供的所有资料及项目最终成果承担保密责任，乙方须严格遵守甲方的保密规定，不得以任何形式对外泄露、传播或非法使用收集的全部资料、数据等信息。

1.7.2 如发生违反上述保密规定的行为，甲方有权依法追究乙方的相关法律责任。

2. 人员配备及要求：

2.1 人员配备：本项目配备项目负责人 1 名；其他团队成员若干名。

2.2 配备人员要求：

2.2.1 所有配备人员须专职服务于本项目。

2.2.2 配备人员应具备实施本项目所需的相关经验和能力。

2.3 乙方在响应文件中所列服务人员名单应保持相对固定。如确需调整人员，须在调整前征得甲方书面同意，否则甲方有权单方终止合同。

2.4 在项目实施过程中，乙方的各项服务行为必须符合国家相关法律法规、政策及项目文件要求。所有工作计划须提前书面报备甲方确认，经甲方审核同意后方可组织实施。