2026 江苏旅游（长三角）推广中心采购合同

采购人（甲方）：江苏省文化和旅游厅

地址：南京市北京西路 15-1 号

供应商（乙方）：无锡予希广告传媒有限公司

地址：江阴市长达路 3 号人力资源产业园 2006 室

法定代表人：王念兵

统一信用代码：91320281MA22TD7008

根据《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国民法典》等法律法规的规定，甲乙双方按照公开招标结果签订本合同。

第一条 服务内容及要求

1.服务名称：2026 江苏旅游（ 长三角 ）推广中心项目

2.服务内容：乙方根据甲方需求在江阴市长达路 3 号人力资源产业园 2006 室设立并运营江苏旅游（长三角）推广中心，通过深化与当地重点旅行商及文旅机构的合作、举办特色文旅推广活动、参加重要文旅展会等举措，集中力量将江苏文旅优质资源与特色产品精准投放至目标客源市场，持续提升境外推广工作的针对性和有效性。具体以本合同约定、采购文件及响应文件，三者中标准高者（严格者）为准。

（1）制定推广工作计划

明确专职人员负责推广中心工作，针对年度我省境(涉)外文旅推广重点主题和活动，结合当地情况，有针对性编制年度工作计划。

（2）维护人脉资源

建立由目标市场主要旅行商、文旅机构和媒体代表及其驻华文旅机构(企业)组成的人脉资源库（不少于 30 家），开展不少于 2 次人脉维护，能够帮助省内主要涉外旅行社与境外旅行商建立沟通合作桥梁，协助采购人邀请相关人员参加江苏文旅主题活动。

（3）产品线路开发和推广

针对目标市场开发和完善含江苏旅游的线路产品不少于 6 条，定期向建立的人脉资源库中单位进行推送，并开展宣传推广。产品线路主题和内容须注重文旅融合，符合当地目标人群的喜好。

（4）推广与宣传

1）邀请组织目标市场的主流旅行商、媒体、旅游达人等代表来江苏踩线，

行，甲方可另聘第三人执行该指示所要求的工作，并将有关费用作为债务向乙方追讨，或从本合同应付或将付款项中扣除。

3. 甲方在任何时候可以向乙方发出书面指示，在合同总体范围内提出变更。

4. 若上述任何变更导致了乙方履行本合同项下任何部分义务的费用或所需时间的增减，应对合同总金额和/或项目进度进行合理的调整同时相应地修改合同。乙方必须在接到甲方的变更指示后三日内根据本条款提出调整的要求。如乙方未能在上述期限内提供调整的要求，或者如果甲方经与乙方协商，在合理时间内不同意合同总金额的增减，调整交付期和/或对合同的其他修改等，甲方有权决定项目变更是否实施。

5. 当甲方认定乙方项目服务人员不按项目服务合同履行其职责，或专业能力、管理能力、责任心较差，不能有效与甲方配合并履行其项目服务义务，或与第三人串通给甲方造成经济损失的，甲方有权要求乙方更换项目服务专业人员，如对甲方造成实际损失的，甲方有权解除合同并要求乙方承担相应的赔偿责任。

6. 甲方有权同意或不同意乙方因自身工作需要而更换合同约定的项目服务人员的要求。

第五条 乙方权利与义务

1. 乙方应严格遵守相关法律法规的规定，保证在合法且不侵犯他人利益的原则下进行项目服务活动，并对其所进行的服务活动负责。

2. 乙方应按本合同所述的时间、服务范围和内容，依据本合同约定及行业通常接受的技术惯例和专业机构承认的标准，高效地履行自己的义务。

3. 乙方应对本项目所提供服务结果的可靠性、准确性、全面性向甲方负责，由于服务结果的可靠性、准确性、全面性不足而导致甲方工作偏差或失误，乙方应承担相应法律责任。

4. 乙方在履行合同期间，履行本合同所确定的项目团队负责人及主要专业技术、管理人员等必须是本项目的实际操作者，未经甲方同意，乙方不得调换或撤离上述人员。

第六条 权利保证

1. 知识产权

（1）在项目期间内，乙方根据本合同要求提交的项目文件及服务成果（包括但不限于阶段性、过程性成果等相关资料）的知识产权（此处及以下所称“知识产权”的类型，包括但不限于专利权、著作权、商标权、商业秘密），归甲方所有，乙方就此不做任何的权利保留。

（2）乙方在项目中使用的由甲方提供的所有资料，包括但不限于本合同及附件、采购文件、设计文件及说明等资料的所有权和知识产权均属于甲方。乙方

3. 甲方自行组织或视情邀请相关专家或国家认可的质量检测机构参加验收，乙方提供的服务不符合采购文件、乙方响应文件及承诺等有关附件和合同规定的，甲方有权拒收，并由乙方承担验收费用等。

第九条 履约保证金（如有）

第十条 合同款支付

1. 本合同项下所有款项均以人民币支付。

2. 付款方式：合同生效后 30 个工作日内，甲方向乙方支付合同金额的 40%；乙方完成全部服务内容，并提交结项报告经甲方验收后 30 个工作日内，甲方根据验收结果向乙方支付剩余合同款。

3. 甲方每次付款前，乙方向甲方提供等额的增值税发票。

4. 因财政资金未按时拨付，付款期限顺延。

第十一条 违约责任

1. 甲方未按合同规定的期限向乙方支付服务费的，每逾期 1 日甲方向乙方支付欠款总额 0.05%的违约金，但累计违约金总额不超过欠款总额的 5%，因财政资金未按时拨付导致甲方迟延付款的，甲方不承担违约责任。

2. 如乙方拒绝提供服务的，甲方有权单方解除合同，乙方还应向甲方支付合同总金额 30%的违约金。

3. 乙方逾期提供本合同项下任一子项服务内容的，每逾期 1 日，乙方向甲方支付合同总金额万分之五的违约金；乙方逾期提供多项任务要求的，逾期时间及逾期责任累计计算。如乙方累计逾期提供服务达 10 日，甲方有权解除合同，乙方应向甲方退还全部已付合同款，并向甲方支付合同总金额 10%的违约金（此违约金不与逾期违约金并列适用）。

4.（1）乙方所提供的服务中任何一部分不符合合同约定的，甲方有权拒收全部乙方服务内容，甲方亦有权根据实际情况拒收不符合约定部分的服务内容。无论是甲方拒收全部服务内容还是拒收不符合约定部分的服务内容，甲方均有权单方解除合同，甲方无需向乙方支付任何款项，已支付的款项（如有）乙方应予全额退还。（2）甲方仅拒收部分服务内容的，对于该拒收的服务内容，甲方不再向乙方付费，如甲方已支付则乙方应予退还，同时，每出现一次不符合约定的服务内容，乙方应向甲方支付合同总金额【1】%的违约金。（3）经甲方同意，对于不符合约定的服务内容，乙方整改后重新提供且重新提供内容符合约定的，甲方对于该部分服务内容应予付费，但针对每一整改事项，乙方应向甲方支付合同总金额【1】%的违约金；整改后仍不符合约定的，甲方有权拒收该部分服务内容，并根据上述第（1）（2）项约定执行。

5. 如乙方在本合同履行过程中出现任何一项违约情形，甲方均有权扣除乙方

5.违反保密义务的，视为严重的根本违约行为，除应按合同约定承担有关违约责任外，还应当承担由此导致的行政乃至刑事法律责任，并应承担损失赔偿责任。

6.保密的内容包括但不限于书面、电子数据等承载保密信息的各种形式。

7.前述保密义务条款为独立条款，不因本协议的解除、终止而失效。

8.如乙方违反保密义务，应向甲方支付合同总金额20%的违约金。

第十三条 合同的变更和终止

1.除《中华人民共和国政府采购法》第49条、第50条第二款规定的情形外，本合同一经签订，甲乙双方不得擅自变更、中止或终止合同。

2.除发生法律规定的不能预见、不能避免并不能克服的客观情况外，甲乙双方不得放弃或拒绝履行合同。如乙方放弃或拒绝履行合同，在三年内不得参加甲方组织的政府采购活动。

第十四条 合同的转让

乙方不得将本项目转包或分包（经甲方同意的非主体子项目分包除外），否则甲方有权单方解除本合同。

第十五条 不可抗力

1.如果合同各方因不可抗力而导致合同实施延误或不能履行合同义务的话，不应该承担误期赔偿或不能履行合同义务的责任。

2.在不可抗力事件发生后，当事方应尽快以书面形式将不可抗力的情况和原因通知对方，并在15日内将有关当局出具的不可抗力证明文件发送给另一方确认。合同各方应尽实际可 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。合同各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。

3.当不可抗力情形终止或消除后，受影响的一方应尽快以电话、传真或邮政EMS通知对方。

4.受不可抗力影响方应尽一切努力减少因不可抗力而产生的损失，否则应对扩大的损失承担责任。

5.如不可抗力延续超过45日以上（含本数）时，双方应通过友好协商解决本合同的履行问题，并应尽快达成协议。

第十六条 争议的解决

1.因履行本合同引起的或与本合同有关的争议，甲、乙双方应首先通过友好协商解决，如果协商不能解决争议，则采取以下第（1）种方式解决争议：

（1）向甲方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼；

（2）向南京仲裁委员会按其仲裁规则申请仲裁。

附件 1

服务内容/分项报价表

费用明细			金额（元）
维护人脉	主要旅行商	不少于 40 家	0
	境外及驻华文旅机构企业	不少于 10 家	0
	媒体/自媒体	不少于 10 家	0
线路产品设计推广	线路产品设计	针对目标市场开发和完善含江苏旅游的线路产品(不少于 6 条)并向建立的人脉资源库中旅行商等单位进行推送	0
	问卷调查	根据目标市场进行线上或线下形式的问卷调查，不少于 300 份	0
	线下门店推广	合作旅行社进行线路产品布草推广，不少于 2 家；6 条主题线路产品展架制作不少于 2 个（根据损耗更换）、产品单页制作共计不少于 5000 份、安排人员定期在门店进行宣讲	22000
同业交流会（北京、上海、杭州）每场不少于 20 人，共计不少于 60 人	会场（3 场）	3 次场地租赁，商务洽谈会客厅/特色体验场所，场地 75 ㎡左右，能容纳 20 人会晤，单场租赁时长 4 小时	32000
	音响、投影等（3 场）	3 次设备租赁：屏幕或投影、音响话筒	4000
	招待餐会（3 场）	3 次招待餐会	20000
	场地布置（3 场）	签到处展架及签到桌椅、非遗体验区背景及氛围布置、非遗展示区背景及氛围布置、现场补光等搭建	56000

附件 2

成交通知书

中标通知书

致：无锡予希广告传媒有限公司

经评标委员会评审，并报经采购人确认，贵公司（单位）已成为JSZC-320000-SWSW-C2026-0006，2026年江苏旅游境（涉）外推广中心（亚洲方向）（分包四：江苏旅游（长三角）推广中心）的中标供应商。

中标金额：人民币贰拾玖万玖仟贰佰元整（￥299,200.00）

请贵公司（单位）在成交通知书发出之日起三十日内，按照采购文件确定的事项签订政府采购合同。无正当理由拒不与采购人签订政府采购合同的，根据《政府采购法实施条例》第七十二条追究法律责任。

特此通知！

江苏威仕沃项目管理有限公司

盖章

2026年4月7日

地址：南京市建邺区应天大街888号金鹰世界A座12楼　　电话：025-83359555

备注：如项目收取履约保证金，成交供应商可自愿使用履约保函（保险）代替缴纳履约保证金，具体详见《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）规定。

风险提示：如因质疑、投诉事项成立或因财政部门监督检查，导致成交结果发生变化的，本成交通知书自动作废。