江苏省政府采购合同

项目名称：2026 年重点活动达人宣推引流项目

项目编号：JSZC-320000-HWZX-G2026-0329（0675-266J0C004432）

甲方：（采购人）江苏省文化和旅游厅（机关）

乙方：（供应商）江苏极付信息科技有限公司

甲、乙双方根据江苏海外集团国际工程咨询有限公司 2026 年重点活动达人宣推引流 项目公开招标采购的结果，签署本合同。

第一条 服务内容及要求

1. 服务名称：2026 年重点活动达人宣推引流项目

2. 服务内容：

1. 2026 年“跟着苏超游江苏”专项推广：紧扣文旅赋能“苏超”的定位，搭建由 1 位头部达人（粉丝量>1000 万，账号点赞量不低于 1.6 亿）、5 位腰部达人（100 万≤粉丝量≤800 万）、10 位尾部达人（20 万≤粉丝量<100 万）不少于 16 位达人组成，覆盖文旅攻略、运动生活、本地美食探店、球迷社交等垂直类目的宣传矩阵，围绕“苏超”赛事中后期开展内容创作和发布，打造传播热点；持续期深挖赛场周边文旅资源、球迷专属打卡路线，推动体育受众向文旅消费者转化。该专项曝光量不低于 3500 万人次。

2. 重点时段和重大节假日专项推广：针对暑假、秋假、寒假以及中秋、国庆、春节等出行高峰重点时段，搭建由 1 位头部达人（粉丝量>1000 万，账号点赞量不低于 1.6 亿）、6 位腰部达人（100 万≤粉丝量≤800 万）、10 位尾部达人（20 万≤粉丝量<100 万）不少于 17 位达人组成，覆盖出行攻略、亲子研学、周边短途游、节庆活动、家庭休闲等垂直类目的宣传矩阵，针对大学生群体、亲子人群以及重点客源城市人群，开展“江苏旅游”内容创作和发布，提前布局全周期宣传链路。节前发布出行攻略与地方特色节庆活动预告（内容由甲方提供），提前

锁定目标客群；节中实时更新游玩体验内容，同步配套信息流广告定向覆盖“节假日出行”“亲子游”“周边游”相关搜索词，精准触达省内外核心客源。该专项曝光量不低于3600万人次。

3.文旅消费推广季专项推广：以扩大文旅消费、释放市场活力为核心目标，搭建由1位头部达人（粉丝量>1000万，账号点赞量不低于1.6亿）、8位腰部达人（100万≤粉丝量≤800万）、8位尾部达人（20万≤粉丝量<100万）不少于17位达人组成，覆盖本地生活探店、文旅消费攻略、美食打卡、城市潮玩、亲子休闲、消费福利测评等垂直类目宣传矩阵，针对文旅消费人群以及重点客源城市人群，开展“江苏旅游”内容创作和发布，联动开展全周期宣传推广。由达人分批次探访全省重点文旅消费集聚区、网红打卡点，发布垂直消费攻略内容及各地优惠政策（内容由甲方提供），深度挖掘宣传特色消费场景，提升活动消费带动效应。该专项曝光量不低于3600万人次。

4.大运河文旅资源专项推广：围绕“千年运河”文化内核，搭建由1位头部达人（粉丝量>1000万，账号点赞量不低于1.6亿），2位腰部达人（100万≤粉丝量≤800万），4位尾部达人（20万≤粉丝量<100万）合计7位达人组成，覆盖旅行攻略、人文历史、长三角本地生活、亲子研学等垂直类目的宣传矩阵，针对运河周边城市人群，分阶段开展内容创作和发布。前期深挖运河文化内涵，营造全网传播声势；中后期聚焦运河文化体验、非遗研学路线、沿线特色文旅资源深耕创作，产出深度出行攻略与沉浸式体验Vlog，强化文化属性与体验价值，精准触达文旅核心受众。该专项曝光量不低于2300万人次。

5.信息流广告精准投放专项推广：为四大专项推广内容在抖音和小红书平台提供精准流量支撑，建立“活动主题—人群标签—地域覆盖—时段匹配”四维投放机制，推流的曝光量不低于2800万人次。具体推流要求如下：

人群定向：根据不同活动主题匹配兴趣标签（如体育爱好者、文旅达人、亲子家长、消费达人等），精准圈定18—65岁文旅消费潜力人群，人群覆盖率≥85%。

地域定向：聚焦江苏全省及长三角核心客源地以及北京等重点城市。按活动

辐射范围分层覆盖，重点城市投放占比≥60%。

时段定向：在出行决策高峰时段（如工作日 19:00—22:00、周末 10:00—18:00）集中加热达人优质作品，黄金时段投放占比≥60%。

备注：本采购需求所指粉丝量，仅限抖音或小红书任一单平台粉丝数量，不得合并统计两平台粉丝总量。

（注：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。）。

3. 服务时间：自合同生效之日起至 1 年。

4. 服务标准：

（1）乙方须组建专项服务团队，团队组织架构清晰、人员分工明确，团队主要负责人具有不少于 3 年旅游广告或类似项目的工作经历和管理经验，具有较强的组织协调、内容策划、创意设计等能力。其他成员均需具备 2 年或以上同类广告相关业务从业经验.

（2）核心岗位至少包含项目负责人、策划人员、设计人员、运营人员。其中，策划人员全面负责达人宣传内容上线前的审核校验工作，对达人文案、表述内容严格把关。设计人员需根据项目需求，全程参与宣传内容、素材的设计制作工作，负责视频剪辑、画面拆分、分段切片等相关工作，保障所有视频素材完全符合投放规范及使用标准。运营人员主要负责项目全周期数据监测、统计与分析工作，结合广告实时投放成效，及时提出优化调整建议，保障宣传投放效果。乙方须在响应文件中详细列明团队人员配置清单、各岗位分工及具体职责划分。

（3）每个主题或节点的宣推方案（包括内容策划、达人选定、发布时间）以及创作作品等与本项目相关的宣推事宜均须甲方审核同意后执行。如甲方认为达人与宣推主题锲合度不高、难以达到预期宣传效果的，乙方应配合甲方重新筛选同量级达人。

（4）达人选取标准。根据宣推主题严格筛选合作达人，全面核查其从业履历、网络言行、历史作品及公众形象，近三年内无不良言论、负面舆情和违规记录。

（5）原创内容创作。严格按照甲方宣传需求，策划设计主题传播内容，并

指导达人按要求开展内容创作，每名达人创作发布的视频作品不少于 1 分半钟，图文作品按要求完整发布，原创内容覆盖多个主题的只认其中 1 个主题。同时，严格执行内容多级审核制度，对达人拟发布的文案、图文、音视频、口播台词等各类宣传素材开展上线前全覆盖审核，确保宣传立场、舆论导向、价值取向合规正向。发布前需经甲方审核确认。

（6）传播内容二次创作。按甲方要求对达人创作发布的内容进行剪辑、拆分，形成视频切片，保障所有视频素材完全符合新媒体投放规范及使用标准。

（7）针对第八届运博会、消费推广季启动仪式、“欢欢喜喜过大年”、“苏超”比赛现场等重大文旅线下活动，安排业务骨干专人到场对接，统筹协调达人按要求开展内容创作。服务期内到场对接重点线下文旅活动不少于 8 次。

（8）乙方须在各重点活动开展周期内，整合集聚本项目合作达人创作的活动相关优质内容，通过内容矩阵联动助推活动专属话题登陆抖音城市本地热榜，有效提升用户互动热度，持续沉淀活动传播声量。项目服务期内，须确保活动相关话题上榜江苏省内各设区市或上海市、杭州市的抖音城市本地热榜榜单次数不少于 4 次。

（9）舆情处置。建立完备的舆情处置预案，要求应急响应程序完整、应急反应及时到位、应急预案组织及责任分工明确。乙方发现舆情后应于 30 分钟内告知甲方，并同步响应处置，必要时根据甲方要求抵达现场配合处置。

（10）合同履约完成后，需提供监播报告（报告中相关数据佐证材料需客观、真实）和效果评估报告。

（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）。

5. 提供服务的地点：江苏省南京市。

6. 提供服务的形式：线上宣传。

第二条 合同总价款

本合同项下服务总价款（含税）为 肆佰陆拾肆万贰仟元整 （大写）人民币，分项价款在“分项报价表”（如有）中有明确规定。

甲方就本合同所涉事项不再向乙方支付任何其他款项。

第三条 组成本合同的有关文件

1.本合同履行过程中双方共同签署的补充、修正文件及双方确认的明确双方权利、义务的会谈纪要；

2.本合同书；

3.本项目成交通知书；

4.乙方的本项目响应文件的全部内容（含电子档）；

5.本项目采购文件中的全部内容；

6.其他合同文件（需列明）：甲乙双方在成交通知书发出后至本合同签订前的来往函件。

上述文件互相补充和解释，如有不明确或不一致之处，按照上述文件次序在先者为准。同一层次合同文件有矛盾的，以时间较后的为准。

第四条 甲方权利与义务

1.甲方有权向乙方询问工作进展情况及相关的内容，有权检查和监督乙方的服务工作的质量、管理等情况，有权要求乙方以书面形式就前述内容进行汇报。

2.甲方有权对乙方服务过程中出现的具体问题提出建议和意见，有权通知乙方对违反合同规定的行为及时纠正，并按本合同有关规定给予处理。甲方或获其授权的代表可就本合同的任何问题向乙方发出书面指示。乙方须立刻执行甲方发出的指示。若在收到甲方催促执行已发指示的书面通知后三日之内，乙方仍未执行，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。乙方为履行本合同所形成的深化设计成果及其他任何成果的完整知识产权均属甲方所有。

（3）乙方应确保其按照本合同要求所提交的服务成果及为完成项目而实施的其它工作不侵犯第三人的知识产权。如因上述原因，第三方向甲方提起投诉、申诉或诉讼等，乙方有义务协助甲方处理相关投诉、申诉或诉讼，由此引起的法律责任全部由乙方承担。

2.所有权

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）的所有权，归甲方所有。除公安机关、人民法院、人民检察院及其他相关政府部门依据相关法律法规查阅外，乙方需要查阅的，应向甲方提出申请，经甲方同意后可以查阅与其有关的材料（应对乙方保密的材料除外）。未经甲方同意，乙方不得擅自将服务成果对外展示或使用，否则，甲方有权解除合同并追究法律责任。

第七条 质量保证

1.采购文件规定、响应文件承诺的规范及要求明确的，乙方所交付项目的质量标准应当符合采购文件规定、响应文件承诺的规范及要求，且不应低于国家强制性标准。

2.采购文件规定、响应文件承诺的规范及要求不明确的，乙方所交付项目的质量标准应按照最新的国家、地方标准或行业标准或企业标准确定，均有标准的以高者（严格者）为准。没有国家、地方标准、行业标准或企业标准的，按照通常标准或者符合合同目的的特定标准确定。

3.乙方所交付的项目还应符合国家和江苏省有关安全、环保、卫生之规定。

4.如乙方未能按合同规定履行其质量保证责任和义务，甲方有权委托其他单位来实施，甲方因寻求替代履行所支付的费用和损失，有权向乙方提出赔偿，或从本合同应付或将付款项中扣除。

第八条 交付使用和验收

1.项目报告

乙方根据项目执行进度提供中期报告、结项报告，报告内容需体现项目实施内容，并提供有效佐证材料。

2. 甲方应当根据国家、行业验收标准，以及第一条第 4 点约定的服务标准，明确验收时间、方式、程序和内容等事项，组成验收小组，在收到乙方项目验收申请之日起 7 个工作日内，对本项目进行实质性验收（验收申请有明显不当的除外）。乙方应对提交的服务成果作出全面检查和整理，并列出清单，作为甲方验收和使用技术条件依据，清单应随提交的服务成果交给甲方。

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：自合同生效后 20 个工作日内，甲方向乙方支付合同价款的 40%；2026 年 12 月 31 日前，经过阶段性验收后，甲方向乙方支付合同价款的 40%；乙方履行完毕本合同所有义务并经甲方验收通过后 20 个工作日内，甲方根据验收结果向乙方支付剩余合同价款。

3. 甲方每次付款前，乙方须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 0.05%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，已支付的款项（如有）乙方应予全额退还。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已缴纳的履约保证金（如有），并将乙方应承担的违约责任、侵权责任等全部责任金额在后续应付款中直接扣减，履约保证金和后续应付款不足以支付本合同约定的违约责任或者给甲方造成损失的赔偿责任的，乙方应根据甲方要求另行向甲方支付。

6.甲方依法或者依照本合同约定解除合同的，解除合同的通知自到达乙方时生效，乙方应退还全部已付合同款（如有），并向甲方支付按合同总金额10%的违约金（其他条款针对违约金有特别约定的从其约定），乙方履约保证金（如有）不予退还。

7.乙方在承担上述一项或多项违约责任后，仍应继续履行合同规定的义务（甲方解除合同的除外）。甲方未能及时追究乙方的任何一项违约责任并不表明甲方放弃追究乙方该项或其他违约责任。

8.乙方响应属虚假承诺，或经权威部门检测提供的服务不能满足采购文件要求，或是由于乙方的过错造成合同无法继续履行的，乙方履约保证金（如有）不予退还外，还应向甲方支付不少于合同总金额30%的违约金。

9. 甲乙双方任何一方违反本合同约定的，除应承担上述违约责任外，违约方还应当赔偿因此给守约方造成的一切直接和间接损失，包括但不限于守约方的实际损失、预期可得利益损失以及为实现债权而产生的费用（包括但不限于诉讼费、保全费、保全担保费、律师费、公证费、鉴定费、差旅费）。

第十二条 保密

1. 甲乙双方在履行本合同过程中，所提供、接触、知悉的对方相关仍处于不为公众所知悉或尚未主动对外公开的信息（包括但不限于有关人员、技术、经营、管理等方面的各类信息），均为本条款项下双方所应恪守保密义务所针对的对象，即使该等信息未能在本保密条款的约定中穷尽。

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，在未事先征得甲方书面同意的情况下，乙方及其任何人员不得发表、引用或向第三方提供或泄漏与项目、本合同或甲方的业务活动有关的资料，以及在合同履行过程中已经形成的制作成果或文字资料。即使乙方并非为了营利目的，如广告宣传、介绍业绩等而采用与项目、本合同或甲方的业务活动有关的文字、图像、模型等，均必须事先经甲方书面同意。

3. 乙方为履行本合同所形成的任何成果，乙方负有保密义务。

4. 甲乙双方在合同中专辟本保密条款，视为双方已就相关需保密信息采取了必要、适当的保密措施。在履行本合同的过程中，除须配合司法调查的情形外，在未征得对方书面同意之前，甲乙双方均负有保密义务，不得向第三方泄露、披露、透露或促使第三方获得前述应当保密的信息。

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 争议解决方式

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。

2. 在争议解决期间，本合同应继续履行。

第十七条 诚实信用

乙方应诚实信用，严格按照采购文件要求和承诺履行合同，不向甲方进行商业贿赂或者提供不正当利益。

第十八条 合同生效及其他

1. 本合同自双方加盖公章之日起生效。

2. 本合同一式四份，甲乙双方各执二份，具有同等法律效力。

3. 本合同应按照中华人民共和国的现行法律进行解释。

4. 本合同载明的地址适用于本合同履行及其后可能的诉讼程序，寄送至该地址的书面通知、函件及诉讼文书等，受送达方必须签收，并在签收后三个自然日内将回执寄送给送达方。如受送达方未签收，则留置之日或者邮件退回之日即为送达之日。地址变更的，应当及时书面通知对方，并由对方出具收到该书面通知的回执，变更自回执载明的收到之日起生效，否则变更无效。合同未载明通讯地址的，以住所地为联系地址。

甲方： 江苏省文化和旅游厅（机关）　　乙方：江苏极付信息科技有限公司

地址：南京市鼓楼区北京西路 15-1 号　　地址：江苏省南通市三创大厦 13 楼

法定代表人
或授权代表：

法定代表人
或授权代表：

签订日期：2026 年 7 月 23 日