政府采购合同

采购编号：JSZC-320500-SZCD-G2025-0023 号

甲方（采购方）：**中国共产党苏州市委员会宣传部**

地址：苏州市三香路 998 号

联系人：周缘

电话：0512-68617627

乙方(服务方)：**中视金桥广告有限公司**

联系地址：北京市朝阳区光华路 9 号金桥天阶大厦 7 层

注册地址：上海市奉贤区奉城镇南奉公路 1478 号 2 号综合楼 2132 室

联系人：李楠

电话：18301153392

招标代理机构：**诚德天工建设咨询（苏州）有限公司**

地址：苏州市相城区元和街道阳澄湖西路御窑商业街 6 号楼二楼

联系电话：0512-68557982

根据诚德天工建设咨询（苏州）有限公司采购编号为 JSZC-320500-SZCD-G2025-0023 号的采购文件及该文件的投标文件和中标通知书，甲乙双方就 2026 年苏州城市广告央视投放项目采购事宜，签订本合同书。

一、合同内容

1. 乙方负责甲方采购的 2026 年苏州城市广告央视投放工作。

2. 合同标的物及价格如下：

序号	标的物名称	单位	数量	单价（元）	合计（元）	备注
1	2026 年苏州城市广告央视投放	项	1	31875000.00	31875000.00	
合同总金额：大写人民币叁仟壹佰捌拾柒万伍仟元整					（小写¥31875000.00 元）	

注：价格组成明细见合同附件 1。

3. 下列文件为本合同不可分割部分：

（1）中标通知书；

（2）乙方的投标文件；

（3）乙方在招投标过程中所作的其它承诺、声明、书面澄清等；

（4）采购文件及其附件；

（5）合同附件。

以上与本合同具有同等法律效力。

二、合同金额及费用结算

1. 合同总金额：大写人民币叁仟壹佰捌拾柒万伍仟元整（小写¥31875000.00 元），该合作经费由苏州市县两级共担。

（1）以上合同价格包括完成本项工作所需的一切费用，包括但不限于完成广告推广所需的广告审查、发布所有人工、服务、资源使用费、栏目录制落地执行费、节目的制作费、利润、税金、及合同包含的所有风险、责任等各项应有费用除非因特殊原因并经甲乙双方协商同意，乙方不得再要求追加任何费用。

2. 付款步骤：

（1）合同签订后 15 个工作日内，甲方向乙方支付由甲方承担的合作经费即人民币**壹佰捌拾柒万伍仟元整（小写¥1875000.00 元）**。

（2）张家港市、常熟市、太仓市、昆山市、吴江区、吴中区、相城区、姑苏区、苏州工业园区、高新区宣传部门承担的合作经费将于 2026 年 4 月底前支付至相应合同金额的 95%，余款 5%待服务期满后付清。

注：上述十个县级市、区宣传部门与乙方的采购合同将另行签订（中国共产党苏州市委员会宣传部提供相应的协调工作）。

3. 乙方要求付款应提供以下资料：

（1）按实际服务内容（其中广告发布费 26875000.00 元、制作费 5000000.00 元）开具的相应金额合规的发票。

4. 甲方汇款汇入乙方指定的开户行，乙方账号：

开户名：中视金桥广告有限公司

账号：321110100100155595

开户银行：兴业银行北京东单支行

三、服务期限：2026 年 1 月 1 日-2026 年 12 月 31 日

四、2026 年苏州城市广告央视投放服务要求

（一）总体要求

2026 年在 CCTV-1、CCTV-新闻午间品牌新闻栏目《新闻 30 分》内，播出苏州城市形象广告。

围绕城市选定主题，通过电视端节目植入合作、视频直播、跨平台媒体宣推资源等形式，从全方面、多角度展现苏州科技之美、人文之美、环境之美，呈现“强富美高”的苏州现代化建设新篇章。

从中央广播电视总台获得授权并备案，取得节目主题名称，用于苏州线上及线下的品牌推广。

（二）电视端资源系列宣传

1.在CCTV-1、CCTV-新闻午间品牌新闻栏目《新闻30分》内，播出苏州城市形象宣传片广告，播出频次不得少于以下要求：

播出频道	广告栏目	播出时间	时长	频次安排	总天数
CCTV-1	新闻30分中插	周一至周日12:00-12:30	30秒	1次/天	50天
CCTV-新闻	新闻30分中插	周一至周日12:00-12:30	30秒	1次/天	50天

2.在CCTV-4《县冠天下》节目聚焦苏州市辖区内的中国百强县、GDP过千亿的超级县城以及处于行业翘楚的冠军县城，对百强县、千亿县的发展模式和成功经验进行全方位宣传。

（1）宣传方式：

通过《县冠天下》定制纪录片、主题系列短视频《央视主播探秘冠军县城》、主题论坛、定制直播等传播手段，对百强县、千亿县的发展模式和成功经验进行全方位宣传。

（2）播出时间：首播、重播时间以央视总台总编室在总台官方网站、APP上发布的信息为准。

（3）投放周期：《县冠天下》专题节目不少于6期。

（三）新媒体资源系列宣传

1.发布平台：CCTV4第三方平台账号、央视频客户端及第三方平台账号。

2.CCTV4跨平台宣传方式

（1）直播环节合作：在《城市进化论》等品牌节目主题直播、口播、字幕中，与苏州在直播中设计合作环节，在环节中体现苏州的理念及元素，并在CCTV4的微博、抖音、快手、微信视频号发布或播出（具体呈现形式须与被宣传方协商确定）；直播、口播、字幕频次：各1期/次。

（2）短视频直发：在CCTV4微博、抖音、快手、微信视频号直发与直播相关短视频，短视频中体现苏州元素（具体呈现形式须与被宣传方协商确定）；频次：每个账号1条。

3.央视频新媒体资源宣传方式：

（1）短视频直发：在央视频第三方平台账号直发与直播相关的短视频，短视频中体现合作方元素（具体呈现形式须与被宣传方协商确定）；频次：1条。

（2）直播推流：在央视频客户端《中国新闻》账号对2026年上述拟选用的品牌节目主题直播进行推流（具体呈现形式须与被宣传方协商确定）；频次：1场。

（3）信息流：央视频首页信息流，形式为独占，在直播当天使用（具体呈现形式可协商确定）（具体呈现形式须与被宣传方协商确定）；频次：1天。

（四）财经新媒体·2025年央视财经《超级生产线》苏州专案系列宣传

1.A 级直播合作不少于 4 场 ：在央视财经新媒体客户端和央视财经第三方平台账号同时发布与企业合作的直播 1 场，在预热时，可体现央视财经和企业联合 logo。（可露出至多 3 家第三方企业元素，具体形式、发布平台由三方协商而定）。

2.短视频直发/拆条不少于 7 条：在央视财经新媒体客户端和央视财经第三方平台账号发布短视频，围绕直播主题，在短视频中植入企业元素（可露出至多 3 家第三方企业元素，具体形式、发布平台由三方协商而定）。

3.海报不少于 4 张：围绕直播主题，设计相关海报，海报内可体现企业元素。（可露出至多 3 家第三方企业元素）。

4.微博博文直发不少于 4 条：在央视财经微博账号上直发微博，围绕相关主题，可体现企业元素（可露出至多 3 家第三方企业元素，具体形式由三方协商而定）。

5.客户端文章供稿不少于 4 篇：由央视财经客户端发布文章，围绕相关主题，在文章中植入企业元素（可露出至多 3 家第三方企业元素，具体形式由三方协商而定）。

6.客户端开机启动图不少于 4 天：央视财经客户端开机启动图，形式为 1/2 轮。（可露出至多 3 家第三方企业元素）。

7.客户端焦点图不少于 4 天：央视财经客户端焦点图，形式为独占。（可露出至多 3 家第三方企业元素）。

8.客户端中部通栏不少于 4 天：央视财经客户端中部通栏，形式为独占。（可露出至多 3 家第三方企业元素）。

（五）CGTN 大型融媒体节目合作《明星城市》联合制作

1.宣传传播形态

大型融媒品牌《明星城市》：CGTN 多语种团队深入城市的大街小巷，综合运用“大屏+小屏”“线上+线下”“节目+活动”等手段，通过网红探访、新媒体直播、电视连线、Vlog、图文贴、短视频等融合传播形态，聚焦城市突飞猛进的发展、厚重笃实的文化和生机勃勃的活力，展现苏州城市独有的魅力和气质。

2.宣传平台：CGTN 电视端和新媒体端跨平台账号。

3.宣传内容方式

（1）通过 CGTN 原创精品旅游栏目《旅游指南》或《好吃客》，借助外籍主持人的国际视角，在旅程中呈现自然风光、人文奥秘和旅游乐趣，向世界展示苏州城市的魅力；频次：不少于 1 期。

（2）网红探访：对于城市的重要节点，如国际会议、大型活动、招商展会、文旅节庆等，CGTN可派出网红进行探访，触摸城市经济脉搏、聚焦城市文旅亮点、探访城市重要产业、呈现城市活力之源……通过网红探访，呈现城市独一无二的魅力；频次：不少于5次。

（3）城市慢直播：CGTN可联动地方总站、地方国传中心的力量，不间断直播城市著名的自然景观、人文景观、文化活动等，在为观众提供视觉享受的同时，展示城市无穷魅力，提升城市知名度和美誉度；频次：不少于10场。

（4）城市文旅图文贴：以海外受众和海外平台更易观看、更易传播的图文贴形式，对城市特色文化、社会发展、自然人文景观、重要品牌进行呈现；频次：以包括被宣传方在内的多方确认的执行方案为准。

五、服务保障要求

1.为保障苏州项目顺利执行，提供播前、播中、播后的全方位服务。

2.播前包括品牌策划咨询、广告整合传播，媒介投放建议、广告排期、播出通知、广告片剪辑 制作、广告片审查等服务。

3.播中进行媒介监播、舆情监测、公关协调等广告投放中的突发情况。

4.播后提供广告执行监测报告、广告效果评估报告、行业研究报告、行业投放策略分析报告、广告补播等。

六、服务质量要求

1.采用人工+数据的方式，定期对于投放的广告及植入进行人工截屏监播，做到实时可查询，实时可监测， 实时可反馈。

2.宣传服务履约证明要求

（1）首日提供实投快报。

（2）30秒广告部分按月提供第三方专业监播机构盖章的监测报告。

（3）其他本项目涉及的节目内容定制宣传服务，需在节目播出后提供合格完整的执行情况报告；涉及新媒体直播平台的宣传服务提供包含但不限于播出证明截图、平台播放量等播出后涉及的其他相关证明资料。

3.如因央视不可抗力因素导致广告未播出，服务方将提前通知并保证做到及时补播。 如央视发出广告未能播出的通知后，服务方第一时间将漏播说明和补播通知发送给采购方，确保知晓广告未能播出原因及补播时间。

4.如有少播、漏播、错播情况出现，服务方将积极与总台协调进行补播。按照央视漏一补一的形式补播（同等价值）。

5、乙方提供在CCTV-4中文国际频道插播苏州15秒城市形象片硬广不少于10天10次的增值服务（或CCTV-2财经频道30秒城市形象片硬广不少于5天5次）；同时，提供舆情监测服务、剪辑制作广告片(含配音、选曲）、提供年报、投放效果评估报告、提供第三方监播报告等增值服务。（具体安排根据甲方要求执行）

七、双方权利和义务

1. 乙方应严格执行本合同，保证甲方广告按照本合同约定发布。

2. 未经甲方同意，乙方不得擅自更改任何广告内容。

3. 乙方应及时向甲方反馈广告发布媒体对于广告内容提出的建议和意见，并协助甲方和媒体沟通。如发布媒体认为甲方广告内容违法或甲方主体资质不合格，则乙方有权拒绝或暂缓广告发布。如媒体对于广告发布计划发生变更和调整（无论因任何原因），乙方根据变更后的发布计划履行合同，并及时告知甲方。

4. 广告发布完成后次月底之前，乙方应向甲方提供第三方监播报告原件。广告实际播出中如出现异议，双方根据第三方提供的监播记录作为广告播出与否的依据。甲方收到第三方监播报告原件后10个工作日内未提出异议，视为甲方认可广告发布已经全部执行完毕。

5. 甲方应按照乙方要求以及本合同约定的时间向乙方提供与广告发布有关的证件资料及广告物料。乙方接收甲方提供的证件资料及广告物料并不被视为乙方对广告内容的担保、保证，不能豁免甲方对广告内容合法性、合规性的保证义务。

6. 如甲方发布之广告内容需经有关机构审批，甲方应提供相关审批通过的证明文件。

7. 甲方有权随时和乙方了解广告发布的推进情况，乙方应及时答复和反馈。

8. 甲方应及时支付本合同约定费用，否则乙方可以中止广告发布计划，直至甲方支付全部应付费用。

八、知识产权

1. 甲方保证对所提供的广告拥有合法使用权并承担相关法律责任。

2. 甲方应保证其提供的广告内容，不侵犯任何第三方的各种合法权利。如第三方提出侵权投诉，在甲方与第三方纠纷解决前，乙方有权暂缓该广告播出。因甲方提供的广告内容发生权利纠纷，乙方不承担任何法律责任。

九、验收

本合同约定的2026年苏州城市广告央视投放服务内容全部完成后，本项目将根据政府采购法及相关法规，《江苏省政府采购履约验收管理办法》文件的规定，对乙方进行履约验收。具体履约验收方案详见合同文本--附件2。

十、违约责任

1. 在合同有效期内一方不得擅自变更或中止合同，如未经双方同意，擅自变更或中止合同内容的一方要负违约责任。

2. 违约责任

合同一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。

3. 甲方违约责任

（1）在合同生效后，甲方要求解除合同的，应向乙方偿付合同总价款 1%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）甲方逾期付款的应按照逾期付款金额的每天万分之四支付逾期付款违约金。

4. 乙方违约责任

（1）若乙方不能按照本合同约定提供“承诺提供保障服务”的，在甲方发出书面整改通知一周内仍不能采取有效措施进行弥补或提供相应合格服务的，甲方有权解除合同。

（2）乙方不能履行合同从而影响甲方按期正常使用的，甲方有权解除合同。

（3）因乙方违约原因，被解除合同的，乙方向甲方偿付合同总价款 1%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。同时，乙方在扣除按单价折算的已播放广告的宣传合作费后，将甲方已支付的宣传合作经费余额退还甲方。

5. 不可抗力

（1）因不可抗力不能履行合同的，根据不可抗力的影响，部分或者全部免除责任。但合同一方迟延履行后发生不可抗力的，不能免除责任。

（2）合同一方因不可抗力不能履行合同的，应当及时通知对方，以减轻可能给对方造成的损失，并应当在合理期限内提供证明。

十一、争议的解决：

1. 甲乙双方因合同发生争议，应在招标代理机构的主持下进行调解协商解决，协商不成的，任何一方均可向甲方所在地的人民法院起诉。

2. 本合同及有关本合同之任何纠纷适用于中华人民共和国之法律。

十二、合同的生效、解除和转让

1. 合同的生效

本合同在双方签字盖章后生效，生效的合同需在规定时间内进行网上公示。

2. 合同的解除

（1）有下列情形之一，合同一方可以解除合同：

① 因不可抗力致使不能实现合同目的，未受不可抗力影响的一方有权解除合同；

② 因合同一方违约导致合同不能履行，另一方有权解除合同；

（2）有权解除合同的一方，应当在违约事实或不可抗力发生之后三十天内书面通知对方以主张解除合同，合同在书面通知到达对方时解除。

3. 合同的转让

合同的部分和全部都不得转让。

十三、附则

1. 合同份数

本合同一式陆份，甲乙双方各执二份，采购代理机构一份，政府采购管理部门一份。

2. 未尽事宜

本合同未尽事宜应按《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国政府采购法》以及相关法律、法规之规定进行解释、处理。

3. 合同附件：

（1）合同附件 1：价格组成明细；

（2）合同附件 2：履约验收方案（含格式表 1、表 2）。

合同签署各方签字、盖章：

甲方(盖章)：**中国共产党苏州市委员会宣传部**

法定代表人

或其授权代理人签字：

2025 年 12 月 5 日

乙方（盖章）：中视金桥广告有限公司

法定代表人

或其授权代理人签字：

2025 年 12 月 5 日

合同附件 1

2026 年苏州城市广告央视投放价格组成明细

序号	栏目（媒介）费用名称	单价（元）	数量	小计（元）
1	CCTV-1、CCTV-新闻《新闻 30 分》中插	292320	50 天	1460 万
2	CCTV-4《县冠天下》专题节目制作播出及系列宣传合作	60 万	6 期	360 万
3	新媒体资源宣传（CCTV4 第三方平台账号、央视频客户端及第三方平台账号）	60 万	专项	60 万
4	财经新媒体·2025 年央视财经《超级生产线》苏州专案系列宣传合作	727.5 万	专项	727.5 万
5	CGTN 大型融媒体节目合作《明星城市》联合制作	500 万	专项	500 万
6	栏目录制落地执行费	80 万	所有执行中设计的配合工作	80 万
合同总金额：大写人民币叁仟壹佰捌拾柒万伍仟元整 （小写¥31875000.00 元）				

合同附件 2

服务类项目履约验收方案

一、项目概况

项目编号：JSZC-320500-SZCD-G2025-0023

项目名称：2026 年苏州城市广告央视投放

供应商名称：中视金桥广告有限公司

合同金额：31875000.00 元

验收主体：中国共产党苏州市委员会宣传部（采购人）

二、验收目的

政府采购项目履约验收是指采购人或其委托的采购代理机构，组织验收小组对供应商履行政府采购合同情况及结果进行检查、核实和评估等，以确认其提供的服务是否符合政府采购合同约定要求的活动，验收结果是政府采购项目资金支付的重要依据。

三、验收依据

《江苏省政府采购履约验收管理办法》、政府采购文件、供应商投标（响应）文件、政府采购合同、供应商在履约过程中提供的宣传服务履约证明是履约验收工作的依据。

四、验收责任主体

采购人是政府采购项目履约验收工作的责任主体。采购人应当加强内控管理，明确验收机制，按照合同约定及时验收，确定验收结论，履行资金支付义务，遵循履约验收工作程序及相关要求。采购人应当及时处理履约验收中发现的问题，依法追究供应商违约责任，并将验收和追责的相关情况及时向本级财政部门反映。

五、验收程序

5.1 发出验收通知

5.1.1 政府采购合同约定的履约验收条件达到时，采购人应当在 5 个工作日内启动履约验收工作，并向供应商发出《政府采购履约验收通知单》（见下表 1）。在政府采购合同约定的履行验收条件达到时，供应商可以主动联系采购人启动履约验收工作。供应商在收到验收通知单后五个工作日内拒不配合的，采购人应依照合同约定追究其责任。

5.1.2 供应商应当配合采购人、采购代理机构做好项目验收工作，及时提供与项目验收相关的证明及验收所必须具备的其他材料。

5.1.3 采购人应及时全面准备验收，在验收日期前做好必要的验收准备工作。

5.2 成立验收小组

5.2.1 采购人应当组织成立验收小组，验收小组负责实施项目验收工作，其成员构成、人员数量以及负责人由采购人确定，验收小组一般由采购人指定的本单位 3 名(含)以上单数工作人员组成，并确定一名负责人，参与本项目评审的采购人代表不能作为负责人。若经办采购的人员与采购需求人员分属不同部门，二者应当同时参与验收。分期(分段)验收的负责人原则上应当保持一致，负责人不得无故更换。

5.2.2 根据采购项目特点和实际需要，可以邀请相关领域专业技术人员等作为验收小组成员参与验收，劳务报酬等费用由采购人承担，执行标准可参照江苏省政府采购专家评审费，采购人单位指定参加履约验收的工作人员不得获取劳务报酬。前期参与本采购项目相关采购活动的采购代理机构工作人员、评审专家以及与供应商有利害关系的人员，不得作为验收小组成员参与履约验收。财政部门政府采购监管人员不得作为验收小组成员参与履约验收。

5.3 参与验收人员

5.3.1 技术复杂或专业性强的政府采购项目，可以邀请有资质的第三方专业机构参加验收并出具专业意见。

5.3.2 对于采购人和使用人分离的采购项目，采购人应当邀请实际使用人参与验收。

注：本项目由采购人根据上述验收依据自行组织验收，必要时委托采购代理机构予以协助。

5.4 验收原则

政府采购履约验收应当遵循全面完整、客观真实、诚实信用的原则，坚持公开透明、应验必验、验收必严、违约必究。

5.4.1 项目验收内容应当具体，形成详细的验收过程性资料，客观反映服务承接完结情况。

应包括每一项技术和商务要求的履约情况，可以包括但不限于：服务团队的组成、服务对象覆盖面、服务事项满意度、服务承诺实现程度和稳定性等。

5.4.2 项目验收范围应当完整，与采购合同一致，不得省略、遗漏和缺失，也不得擅自扩大范围。

5.4.3 项目验收方式应当符合项目特点，不能明确客观标准、涉及主观判断的，可以通过在采购人、使用人中开展问卷调查等方式予以客观、量化。

5.4.4 项目验收标准应包括所有客观、量化指标，符合采购合同约定，未进行相应约定的，应当符合法律法规、政策要求、国家标准、行业标准，地方标准或企业标准等有关标准。

5.4.5 项目验收意见应当客观真实。验收小组成员意见不一致时，按照少数服从多数的原则作出验收意见。

5.4.6 验收方法主要包括全部查验核对和抽查核对。

5.5 验收工作实施方案

5.5.1 验收工作的起止时间：

中标单位完成广告投放服务后 15 个工作日内。

5.5.2 履约验收范围：2026 年苏州城市广告央视投放

5.5.3 履约验收内容：服务类项目的验收内容可以包括但不限于：服务质量、服务进度、人员/设备配备情况、行业/安全标准、项目需求、服务承诺、合同履约时间、地点、方式等。

5.5.4 验收的方式：采用阶段开展履约验收。

5.5.5 履约验收组织形式:采购人自行组织验收或根据需要委托采购代理机构协助组织验收。

5.5.6 履约验收标准：服务验收标准适用标准为：

①按照现行国家和省、市、区标准执行，无国家和省、市、区标准的，按行业标准执行，无国家和行业标准的，按企业标准执行，并且应符合相关法律、法规规定的要求；

②采购文件所列的各项要求、采购合同、供应商在投标（响应）文件中承诺服务内容。

5.6 验收记录

5.6.1 验收小组应当要求参与验收的供应商、专业机构、专家和服务对象等出具书面意见，作为验收书的重要组成部分。

5.6.2 验收小组应当制定履约验收工作实施方案，认真履行项目验收职责，按照实施方案开展验收，做好验收记录，确保出具的验收意见客观真实反映供应商对合同的履行情况。验收小组应当要求供应商提供能证明其按照合同约定数量或工作量清单履约的相关记录或者凭证，对供应商提供的货物或者服务按照采购文件、投标(响应)文件、政府采购合同等逐一进行检验、核实、评估等工作，使用音视频、对现场情况描述且签字等方式留存证明材料，由供应商确认，作为履约验收的重要凭据。

5.6.3 验收结束后，验收小组应在验收书中作出最终验收意见，验收小组成员意见不一致时，按照少数服从多数的原则作出验收意见。验收小组成员对验收意见有异议的，应当在验收意见栏签署不同意见并说明理由，否则视为同意验收意见。验收意见由供应商盖章确认后报采购人。

5.7 验收结果

5.7.1 采购人应当对验收小组的验收意见进行确认并盖章。确认验收合格的，采购人在验收书上加盖单位公章；验收结果与采购合同不一致的，采购人应当根据验收意见中载明的具体偏差内容和处置建议，研究确定验收结论并加盖公章；验收小组成员意见存在分歧的，采购人应当对异议事项进行复核，妥善处置。

5.7.2 在验收中发现供应商未按照合同履约的，具备限期整改条件的，采购人应当书

面要求供应商限期整改，整改期满后重新验收整改事项。不具备整改条件或供应商未按要求整改的，采购人应当依法追究供应商的违约责任并根据生效的裁判文书支付资金。供应商不认可验收意见的，按照采购合同约定的方式解决；合同中约定的方式未能解决的，按照《中华人民共和国民法典》等法律法规规定处理。

5.7.3 项目验收结果与政府采购合同约定内容不一致的，在未增加合同金额的情况下，供应商所提供的货物、工程和服务比政府采购合同约定内容提高了使用功能和标准，或者属于技术更新换代产品，但在不增加产品的全生命周期成本，且不影响、不降低整个项目的运行质量和功能，采购人可按照采购文件组织专家论证，如论证通过后视同验收通过，并在验收意见中注明。

5.7.4**《政府采购履约验收书》（见下表 2）、合同是申请支付政府采购合同价款的必备资料。**验收合格后采购人申请财政性资金支付时，应当在相应电子化系统上传《政府采购履约验收书》、合同等证明性材料。

涉及分段验收付款的项目，应具备符合合同约定内容的阶段性验收意见，分段验收不合格的，不予支付该阶段的资金或根据采购文件予以相应扣减。

5.8 验收资料归档

项目验收完结后，采购人应当将验收小组名单、验收方案、验收原始记录、验收结果、资金支付情况、追究供应商违约责任的情况、合同变更、中止或终止相关资料（若有）等作为采购项目档案妥善保管，不得伪造、编造、隐匿或者违规销毁，保存期限为从采购结束之日起至少保存十五年。

六、附则

费用承担（如涉及）：

检测（检验）费：合同有约定从约定；无约定，由提出委托的一方承担。

外聘专业技术人员费用：合同有约定从约定；无约定，由采购人承担，标准可参照江苏省政府采购专家评审费，采购人单位指定参加履约验收的工作人员不得获取劳务报酬。

表 1：

政府采购履约验收通知单（参考样本）

供应商：

采购人			
项目名称			
合同名称			
合同编号		合同金额	
验收时间		验收地点	
联系人		联系电话	
履约验收方案及工作要求			
单位公章 年　月　日			

表 2：

政府采购履约验收书参考样本(服务类)

<table>
<tr><td>采购人</td><td></td><td>项目名称</td><td></td><td colspan="2">合同名称</td><td></td></tr>
<tr><td>供应商</td><td></td><td>项目及合同编号</td><td></td><td colspan="2">合同金额</td><td></td></tr>
<tr><td>分期（段）验收</td><td>是□　否□</td><td>分期（段）情况</td><td colspan="4">共分　期（段），此为第　期（段）验收</td></tr>
<tr><td>验收时间</td><td></td><td>验收地点</td><td></td><td colspan="2">验收组织形式</td><td>□自行简易验收
□验收小组验收
□采购代理机构验收</td></tr>
<tr><td rowspan="2">验收内容</td><td>服务质量</td><td>服务进度</td><td>人员、设备 配备情况</td><td>行业、安全标准</td><td>项目需求、服务承诺</td><td>合同履约时间、 地点、方式</td></tr>
<tr><td>合　格□
不合格□</td><td>按　时□
不按时□</td><td>合　格□
不合格□</td><td>合　格□
不合格□</td><td>合　格□
不合格□</td><td>合　格□
不合格□</td></tr>
<tr><td>专业检测机构情况说明</td><td colspan="6"></td></tr>
<tr><td>存在问题和改进意见</td><td colspan="6"></td></tr>
</table>

最终结论	合　格□　　不合格□
验收小组成员 签字	

采购代理机构意见	采购人意见
经办人：　　负责人：　　（采购代理机构公章）	经办人：　　负责人：　　（采购人公章）
供应商确认： （单位公章或授权代表签字）	

说明：1. 该表为服务类项目履约验收的参考样表，采购人或采购代理机构可以根据工作实际进行调整。

2. 未委托采购代理机构开展履约验收工作的，无需填写“采购代理机构意见”。