

政府采购合同

(合同编号: JSZC-320000-HCAI-G2025-0012)

项目名称: 科普资源创作和传播项目

项目编号: JSZC-320000-HCAI-G2025-0012

甲方(采购人): 江苏省科学技术协会

乙方(供应商): 江苏省科学传播中心(江苏省科协信息中心)

甲、乙双方根据 科普资源创作和传播项目 项目的公开招标采购结果, 签署本合同。

一、采购标的

1.1 乙方向甲方提供的服务内容: 科普资源创作和传播项目 (具体的服务的内容、要求、服务质量等详见附件)。

二、合同金额

2.1 本合同金额(含税)为(大写): 肆佰肆拾伍万捌仟元整 (小写 4458000 元) 人民币。

2.2 本合同金额包含项目实施所有费用(包含工资、福利、保险、劳保等人员费用、相关产品费用、专利技术及相关所发生的全部费用)以及利润、税金和政策性文件规定及合同包含的所有风险、责任等各项应有费用, 还包括乙方应当提供的伴随服务、售后服务费用。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。同时, 除非合同条款中另有规定, 否则乙方所报价格在合同实施期间不因市场、税率变化因素而变动。

三、合同款支付

3.1 付款方式: 合同款项分两次支付, 项目合同双方签署后支付 50% 合同款; 经履约验收完成后, 扣除因不符合项目建设质量要求产生的相应经费(若有), 支付剩



余费用。

3.2 甲方付款前，乙方应先向甲方出具等额的发票，若乙方未出具或出具发票不符合国家规定或甲方要求的，甲方有权延期付款并不承担任何延期付款责任。

四、组成本合同的有关文件

4.1 本项目招标文件、中标供应商的投标文件及采购过程中有关澄清、承诺文件均为本合同有效附件，是本合同不可分割的组成部分，与本合同具有同等法律效力。

五、服务期、服务地点

5.1 服务期/交付期：合同签订之日起一年内。

5.2 交付方式：采购方指定。

5.3 服务地点：采购方指定。

六、转包或分包

6.1 本合同范围内服务，应由乙方直接提供，不得转让他人承接；

6.2 除非得到甲方的书面同意，乙方不得部分分包给他人承接。

6.3 若乙方擅自转包或分包的，甲方有权解除合同并要求乙方承担由此造成的全部损失。

七、甲方权利和义务：

7.1 甲方依法组织履约验收工作：

(1) 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。

(2) 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。

(3) 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。采购文件规定以外的验收费用由甲乙双方协商解决。若服务经考核验收不符合技术服务要求和标准的，由乙方承担验收费用。

(4) 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条件挂钩。履约验收的各项资料存档备查。

(5) 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。验收不合格的项目，甲方依法及时处理。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。

(6) 招标文件规定以外的验收费用由甲乙双方协商解决。若产品经验收不符合技术标准或质量要求，由乙方承担验收费用。

7.2 因突发情况，甲方需调动乙方人员和器材设备时，乙方应服从安排并予以配合。

7.3 甲方有权根据国家政策或法律法规的变动对服务的需求标准和质量做出相应变动。

八、乙方权利和义务：

8.1 乙方应根据国家标准、行业标准和规范要求、采购文件规定的服务质量标准和有关要求及投标文件所作的承诺完成服务工作。

8.2 乙方应接受并主动配合甲方及行业主管部门的检查，对甲方指出的问题，应及时做出合理解释或予以纠正。

8.3 对因乙方管理不善而造成甲方的损失，乙方应负责及时修复或照价赔偿。

8.4 乙方应按招标文件规定的时间向甲方提供与合同标的有关的技术资料，并保证本合同提供的服务及相关的软件和技术资料等，在交付甲方前均已取得有关知识产权的权利人的合法授权，如发生侵权等争议，乙方负责处理并承担由此引发的全部责任。

8.5 乙方保证所交付的产品的所有权在交付甲方前完全属于乙方，且无任何抵押、查封等产权瑕疵。

8.6 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、规格、计划、图纸、样品或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。

8.7 乙方应做好详细的管理台账，建立管理档案，并按双方约定将管理情况汇总

报送甲方。

8.8 为确保服务质量，乙方须安排管理人员进行监督管理。

8.9 服务过程中，乙方必须采取周密的安全措施，若乙方在合同履行期间发生人员伤亡或财产的损失，或者造成第三方的人员伤亡或财产损失，乙方应承担全部责任，并保障甲方免于承担由此造成的一切损害和损失。

8.10 本项目新产生成果的知识产权、所有权、使用权、转让权以及收益等一切权利归甲方享有。未经甲方书面同意，乙方不得公开发表或对外提供。

8.11 乙方应自行承担技术服务工作的一切有关费用，包括食宿、交通、差旅费等。

九、违约责任

9.1 甲方无正当理由要求取消服务的，应按合同总价款的 百分之一 向乙方偿付违约金。

9.2 甲方无故逾期验收和办理合同款支付手续的，甲方应按逾期付款总额 万分之三 向乙方支付违约金。

9.3 乙方不能按约定时间和要求提供服务的，乙方应按合同总额 每日千分之六 向甲方支付违约金，由甲方从待付合同款中扣除。逾期超过约定日期 10 个自然日（含本数）不能提供约定服务的，甲方可解除本合同。乙方因违约行为导致甲方解除合同的，乙方应向甲方支付合同总价款 万分之三 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。

9.4 乙方提供的服务不符合采购文件项目需求要求、乙方投标文件承诺及国家有关质量标准的，甲方有权拒收。乙方愿意完善但逾期提供约定要求服务的，按乙方逾期提供服务处理。乙方拒绝完善的，甲方可单方面解除合同，并由乙方赔偿由此造成的甲方全部损失。

十、合同的解除

10.1 有下列情形之一的，合同一方可以解除合同：

- (1) 因合同一方违约导致合同不能履行，另一方有权解除合同（含本数）。
- (2) 甲方有权在出现以下情形时单方面解除合同，合同解除自书面解除通知到

达乙方时生效：

① 乙方逾期未实施或完成约定服务超过 10 个自然日。

② 乙方履行本合同约定义务时，未达到约定要求，修改或整改超过 3 次仍然无法达到约定要求。

③ 乙方有转让或未经甲方同意的分包行为。

10.2 乙方应对甲方提供的资料具有保密义务，未经甲方同意，不得将与本合同的相关内容资料提供给任何第三方单位和个人，否则甲方有权解除合同，并由乙方赔偿由此造成的甲方全部损失。

十一、补充条款

无。

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 双方在执行合同中所发生的一切争议，应通过协商解决。如协商不成，可向甲方所在地法院起诉。

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理人签字并加盖单位公章或合同专用章后生效。合同有效期为自合同生效至乙方完成本合同、采购文件以及投标文件等规定的所有服务项目并通过甲方验收止。

14.2 本合同未尽事宜，遵照《中华人民共和国民法典》等有关条文执行，双方可经协商达成书面补充协议，补充协议与本合同具有同等法律效力。

14.3 本合同正本一式四份，具有同等法律效力，甲乙双方各执两份。

14.4 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。

附件：科普资源创作和传播项目服务内容

甲方全称（盖章）：江苏省科学技术协会

法定代表人或授权代表（签字）：

地 址：

联系电话：

签订日期：2025.6.9

乙方全称（盖章）：江苏省科学传播中心

（江苏省科协信息中心）

法定代表人或授权代表（签字）：

地 址：南京市鼓楼区湖北路85号

联系电话：025-83200830

签订日期：2025.6.9

附 9/6.10.15

附件：

科普资源创作和传播项目服务内容

本项目包括打造纸质媒体、地铁、广播等大众科学传播平台以及相关科普活动，涵盖科学传播内容策划、创意、编辑、制作以及作品发布推介等宣传普及工作，开展重大科技节日及科普活动主题宣传，解读江苏科技创新与科普工作的最新政策，引导全社会共同关注科技前沿最新进展、区域科研优势与特色内容、科学家学术成长经历、青少年及老年群体线上线下科学教育活动等，让公众在日常生活中随处感知科普、学到科学知识技能、提升科学文化素质。

（一）科普创作

①弘扬科学家精神系列精品专题片：为弘扬科学家精神，营造尊重科学、崇尚创新的社会氛围，江苏省科协拟制作推出“两弹一星”元勋系列专题片。旨在通过实地拍摄、人物访谈、历史资料、情景再现和特效制作等影视手段，以致敬江苏籍功勋奖章获得者为主题，深度展现江苏籍“两弹一星”功勋们的生平事迹、科研历程和奉献精神。要求制作5集以上，每集时长不少于12分钟，总时长不少于60分钟。

②系列科普短片：为了满足公众对科学知识的渴望，提升全民科学素养，创作一系列具有广泛传播力和影响力的大众科普短视频，涵盖多个科学领域，内容准确权威、形式新颖独特，能够吸引不同年龄段和知识层次的观众，激发他们对科学的兴趣和热爱。视频主题包含但不限于自然科学、科技人物、科技成果、健康科普、科学辟谣等，不少于4个系列，总计不少于30集短视频。

③科普云资源开发及科普云盒服务维护：科普云资源开发（包括健康养生和科学悦读两类及内容审校工作）完成不少于20个重大科普资源选题创作与传播，完成不少于150个常规科普资源选题作品的创作与传播；科普图文不少于450篇，其中漫画数量不低于20%；上线科普视频不少于150个、总时长不少于900分钟，其中动漫所占数量及总时长均不低于20%；上线科普电子图书、报刊不少于60部（本）（图书不低于60%）；科普有声读物音频不少于25部、总时长不少于120分钟。日常更新的资

源内容中包含采购人自有公益科普网站、APP、官方微信公众号、第三方自媒体等链接，其中部分内容发布在成交供应商自有媒体传播平台科普栏目频道显著位置。科普云盒服务维护，包含 250 个云盒的信息服务及维修维护。

④编辑发行老年类报纸：以“传播解读老年政策、解决老年急难愁盼、引导老年理性消费、陶冶老年艺术情操”为目标，建设老年人的精神家园，打造老年人获取信息、交流情感、享受文化娱乐的专属平台。每周公开出版，4 开 8 版、内容文字不少于 2 万字，全年出版不少于 40 期，老年类宣传报道不少于 260 篇，其中科普文章不少于 80 篇，全省老人科技大学重大活动宣传不少于 50 篇，科技政策解读不少于 40 篇；每周受众不少于 3000 人次，覆盖省内各县（市、区）老年科技大学及相关学会。

（二）科学传播

①利用地铁开展科普宣传：依托地铁媒介开展科普宣传，利用地铁封闭性环境与高频曝光的特性，打造沉浸式科普宣传场景。发挥地铁公共服务场所辐射面广、影响力大的宣传效应，在南京地铁客流量大的主要线路开通一辆“科学号”品牌列车，利用地铁车厢内车门玻璃贴、车窗贴、椅侧贴、列车刊板和拉手等载体，制作并张贴科普图文。宣传内容包含普及科学知识、弘扬科学精神和科协重大活动预告。2025 年度更新频率不少于 4 次换刊，每次不少于 3 个主题。

②建设《科普江苏》广播栏目科普平台：在省级及以上媒体上开设《科普江苏》广播专栏。以弘扬科学精神、传播科学思想、普及科学知识、倡导科学方法为宗旨，积极传播科学知识，宣传科技成果，为公众提供科学性、知识性、趣味性、互动性的科普内容。要求黄金时间段全年持续播出，每天播出时长不少于 10 分钟，全年播出不少于 180 期。

（三）科技活动

①全民科学素质大赛：开设江苏省全民科学素质大赛网络赛竞赛平台，提供竞赛平台页面设计、功能开发、外链嵌入等工作，确保平台在不同端口和设备上的兼容性和稳定性，组织全省相关人员积极参赛，参与总人数不低于 30 万人。

②青少年科技活动：组织青少年学生科技活动，提高活动参与度，线下参与人数不少于 100 万人，网络参与数不少于 8 万人次。邀请高校、中小学等科普传播专家参

与命题，专家人数不低于 10 人，原创试卷不低于 6 套，题目审校不少于 3 次。公开出版面向中小學生《科学素质读本》，发行量不少于 60 万本。并通过不少于 4 家省级媒体对青少年科技活动进行宣传报道。其中，主场活动须通过省级主流媒体平台直播或录播。

③科普活动环省行：在全省范围内开展文艺巡演、“五进”、科普讲解、展演、汇演等科普活动，通过节目表演、专家讲座、展示展览、互动体验、有奖抢答等宣传形式，线上线下相结合，传播科普知识。全年活动场次不少于 4 场，覆盖人群不少于 40 万人次，编辑制作应急科普手册 1000 本，且内容不少于开本 32 K（尺寸）、页码不少于 32 页。

④银发科技活动：利用手机运用大赛、科普研学、体验展览、互动教学、文艺表演等形式，开展智能信息、卫生健康等银发老人急需的科普宣传活动。举办不少于 3 场活动（包含主场活动、手机运用竞赛、摄影活动及书画展览），4 场研学活动，每次不少于 30 位老人参观科普场所；设计制作银龄科普手册 1000 本，开本不少于 32 K（尺寸）、页码不少于 32 页。

⑤“双碳”活动：聚焦碳达峰碳中和，通过主题论坛、科普宣讲、创意市集、互动体验、科普研学等多样化的科普活动，宣传国家“双碳”战略及江苏省相关政策，普及绿色低碳技术、节能减排知识，提升公众对碳达峰碳中和的认知与参与度。全年活动场次不少于 4 场；设计制作节能降碳宣传折页 1000 张。

以上项目需组建专家团队和项目团队，负责内容科学性把关、版权审查等编审校工作，严格审核流程，版权清晰并归属省科协。