政府采购合同

项目名称：2026-2028 年度苏州工匠园运营服务采购

招标编号：JSZC-320506-CLGL-C2025-0016

甲方：苏州吴中经济技术开发区管理委员会

联系人：周婷

电话：0512-66565179

乙方：苏州启源文化管理咨询有限公司

联系人：陈娇娇

电话：15150428905

根据苏州诚来项目管理有限公司采购编号 JSZC-320506-CLGL-C2025-0016 政府采购文件及成交单位的投标文件和成交通知书，甲乙双方就此次成交的标的物的购销事宜及项目运营要求，签订本合同书。

一、合同内容：

1、乙方负责 吴中区 的 苏州工匠园 （具体内容见招标文件和乙方的投标文件）。

提供服务及管理时间自 2026 年 1 月 1 日至 2028 年 12 月 31 日。在协议有效期内一方不得擅自变更或中止此项协议，如未经双方同意，擅自变更或中止此项的一方要负违约责任。此项协议需终止或续签，应在协议期内提前 15 日通知对方。

2、下列文件为本合同不可分割部分（如有）：

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 招标文件及其附件；

⑤ 合同附件。

以上与本合同具有同等法律效力

3、服务范围：

1. 场馆运营管理

（1）作品征集与更新

负责征集苏州市各个工艺门类的非遗作品，确保展品的多样性和代表性。定期更新展览展示内容，持续展示当代工匠精湛技艺与创作成果，反映非遗保护传承的生动实践与繁荣生态。

（2）设施设备维护

建立完善的设施维护制度，确保展示设施、照明设备、安全设施、卫生设施等正常运行。及时修复损坏的设施设备，保障参观者的安全及相关活动的正常开展。

（3）人员配备

拥有专业稳定的运营管理团队，不少于 10 人。核心人员应至少包含项目经理、策划、设计、市场、客服、运营等专业人员。

2. 文化服务

（1）专业讲解

由专业讲解员为参观者免费提供导览服务，并根据不同受众群体定制讲解内容与方式，讲解深度解读非遗作品的历史背景、独特制作工艺及其文化内涵。

（2）“非遗进校园”“非遗进社区”

每年开展“非遗进校园”活动不少于 1 项，涵盖苏绣、核雕、盘扣等课程，每门课程不少于 5 课时。每年走进不同的社区开展“非遗进社区”活动，年度总场次不少于 20 次。

（3）非遗美育研学营

开展非遗美育研学营，设置丰富的课程内容和实践活动，邀请非遗传承人、专业教师授课，年度总场次不少于 3 次。

（4）传统文化互动体验活动

在园内定期开展传统文化互动体验活动，包括木刻年画、葫芦画、剪刻纸、核雕、苏绣等不少于 12 项活动内容，年度总场次不少于 24 场，每场活动不少于 20 人。

3. 品牌宣传

（1）文化推广展示活动

积极参与吴中区组织的各类文化推广展示活动，全年不少于 6 场次，展示工匠园的非遗作品和文化特色，提升工匠园的知名度和影响力。

（2）新媒体宣传矩阵

通过多渠道协同发力，构建全方位、多层次的宣传格局，搭建并优化新媒体矩阵账号，包括但不限于视频号、小红书等，积极宣传推广本项目。建立视频号，全年视频发布量不少于 20 篇；创建

小红书，全年发布信息不少于 20 篇；投放官方媒体，全年发布新闻不少于 10 篇。

4. 版权服务

提供免费咨询、登记、审核等版权服务；促进非遗作品版权转化，推动非遗文化与现代产业相结合；提供版权维权服务，协助处理侵权纠纷，保障创作者和企业的合法权益；高效保障著作权人权益，每年完成作品版权登记不少于 1500 件。

5. 人才培育

培养非遗复合型人才不少于 30 人每年，培养方向覆盖非遗技艺传承、产品设计、文化产业运营及宣传推广等核心领域。通过系统化培训与多元化实践，持续提升人才的专业素养与综合能力。

6. 产品研发

结合非遗技艺和现代设计理念，每年研发吴文化主题产品不少于 6 款，产品需具有文化内涵、实用性和市场竞争力。

二、甲乙双方权利和责任

1、甲方的权利和责任：

①有权要求乙方优先引进甲方认可的优秀企业入驻。

②审核乙方关于特色文化服务项目的方案，凡涉及由甲方确认、审核、批准等事项，应以甲方的书面确认文件为准。

③甲方有权监督及检查乙方对项目的运营管理并有权提出整改建议，并要求乙方改进不良的管理方法。

④甲方发现乙方运营团队的成员不能胜任相应工作的，有权通知乙方在 15 日内更换，乙方逾期不更换或更换后仍不能胜任相应工作的，甲方可以选择要求乙方继续更换至能胜任有关工作或解除本协议。

⑤在本协议采购项目之外的政府临时增加活动项目所产生的额外费用，需由甲乙双方另行签署协议后由甲方支付相应费用。

2、乙方的权利和责任：

①乙方需遵照本协议的宗旨及目标，保质保量完成采购服务内容。

②乙方运营团队专业和人员配备需满足项目运营要求，核心人员应至少包含项目经理、策划、设计、市场、客服、运营等专业人员。

③乙方需遵守考核周期内年度营业收入达到约定目标：每年 500 万营业额。

④乙方需遵守考核周期内年度营收增长率：每年递增 10%。

⑤在乙方管理运营项目期间，不得损害项目权益，应采取有效措施确保项目物业、设施、设备

的安全、耐用完好及正常使用。

⑥协议期内和协议期满后五年内，乙方不得向其他第三方泄露项目的商业秘密。

⑦乙方服务期内，未经甲方书面同意，乙方不得转由他人负责项目运营，也不得对外作出虚假陈述，故意让他人对乙方在本协议中的地位产生误解而使他人相信乙方在项目中拥有诸如决定权、所有权等错误判断。

⑧乙方应严格全面、完整履行协议义务。乙方定期向甲方做出工作汇报，听从甲方的意见、整改建议，按照甲方要求限期改正。

⑨乙方应当针对采购项目中的特色文化项目制定明确的工作任务书和工作时间推进表，并提交甲方书面确认后实施。

⑩乙方无权以项目场地、设备及信誉对外担保、举债。

⑪甲方在期满之前一个月或确定解除合同前一个月以书面方式通知乙方，乙方需向甲方移交项目的全部财产，在移交期内不得影响项目的正常经营，并保证乙方管理人员退出时项目经营管理的连续性。

⑫乙方中标后运营期所需的相关设备及货物等，经双方确认后，所有权归甲方所有。

三、费用及结算：

1、运营管理费用：人民币壹佰伍拾壹万陆仟元整（¥：1516000.00）。合同签订后，甲方支付每 12 个月的一般文化项目中标价的 40%，作为启动资金，项目中期支付 30%，每考核期末对运营管理情况进行考核，根据考核结果按比例支付余款。特色文化服务项目在项目实施前，乙方需单独向甲方报告执行方案，经甲方审核同意并完成服务后，由甲方按时支付。

2、甲方将根据年度考核结果实际支付金额。

3、甲方支付此项费用外不再承担其它任何费用（包括个人），服务人员的薪金、福利、休假日补贴等由乙方付给，与甲方无关。

4、确因甲方工作需要，乙方应无条件配合甲方完成一些突击工作。如：安排服务人员（内部）临时加班等。

四、考核评估

1、由甲方制定工匠园项目运营管理考核细则。

2、甲方每 12 个月对乙方运营管理情况进行考核，并根据考核结果支付服务费用。

五、违约责任

1、未经双方协商一致，任何一方不得擅自解除协议，否则，视为违约。因地震、战争、水灾、火灾、国家有关法律、法规、政策等不可抗拒力致遇有上述情形一方不能继续履行协议不视为违约。

2、当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定，给对方造成损失的，损失赔偿额应当相当于因违约所造成的损失。

3、因乙方原因，导致协议无法继续履行的，乙方需按未完成部分合同金额的3%给予甲方赔偿。

六、协议终止

发生以下三种情况之一的，采购方有权终止协议 。

1、运营方服务连续2年考核不达标；

2、考核周期内年度营业收入或净利润未达到约定目标；

3、考核周期内年度营收增长率或净利润增长率低于10%。

七、 协议的变更和补充

1、经协议各方协商一致，可以变更本协议约定的内容。

2、对本协议未尽事宜各方可以签订补充协议。

3、变更后的内容或补充协议与本协议具有同等法律效力，如果变更后的内容或补充协议与本协议发生冲突，以变更后的内容或补充协议为准。

八、 协议生效及其他

1、本合同经双方授权代表签署并盖章后生效，合同需经网上公示。

2、合同在执行过程中出现的未尽事宜，双方在不违背本合同和采购文件的原则下协商解决，协商结果以书面形式盖章记录在案，作为本合同的附件，与本合同具有同等效力，但需向采购方提交二份备存。

九、附则

1、合同份数：本合同一式五份，甲乙双方各执二份，招标代理机构一份。

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》以及其同相关法律、法规之规定解释。

甲方（盖章）：

法定代表人或授权代表（签字或盖章）：

签约日期：2025.12.16

乙方（盖章）：

法定代表人或授权代表（签字或盖章）：

签约日期：2025.12.16

附件：

2026-2028年度苏州工匠园运营服务考核细则

序号	项目	评分标准	分值	自评分	考评分
1	运营管理	运营团队稳定、专业，满足项目运营要求（4分）；建立完善经营管理各项规章制度（2分）；制定年度运营管理计划，符合项目运营管理要求。（4分）。	10		
2	文化服务	发挥吴文化宣传窗口功能，做好吴文化宣传展示接待工作（5分）；每年开展“非遗进校园”活动1项，涵盖苏绣、核雕、盘扣等课程，每门课程不少于5课时（10分）；每年走进不同的社区开展“非遗进社区”活动，年度总场次不少于20次（5分）；开展非遗美育研学营，年度总场次不少于3次（5分）；全年举办传统文化体验活动不少于24场（10分）。	35		
3	品牌宣传	积极参与吴中区组织的各类文化推广展示活动，全年不少于6场次(3分）；通过多渠道协同发力，构建全方位、多层次的宣传格局，建立视频号，年视频发布量不少于20篇(3分)；创建小红书，全年发布信息不少于20篇(3分）；投放官方媒体，全年发布新闻不少于10篇(3分）。	12		
4	版权服务	提供免费咨询、登记、审核等版权服务（5分）；促进非遗作品版权转化，推动非遗文化与现代产业相结合（5分）；提供版权维权服务，协助处理侵权纠纷，保障创作者和企业的合法权益（5分）；年完成作品版权登记不少于1500件（5分）。	20		
5	人才培育	培养非遗复合型人才不少于30人，培养方向覆盖非遗技艺传承、产品设计、文化产业运营及宣传推广等核心领域。	10		
6	产品研发	结合非遗技艺和现代设计理念，每年研发吴文化主题产品不少于6款。	5		
7	营业额	年营业额不少于500万元，每年递增不少于10%（8分）	8		
总分			100		
说明：≥95分，支付比例100%；90-94分，支付95%；85-89分，支付90%；80-85分， 支付85%；≤84，整改并达到85分以上后按比例支付。85分(含)以上为合格，85分以下不达标。					