

项目合同

甲方：溧阳市文体广电和旅游局

乙方：南京品逸堂文化传媒有限公司 签订地点：

代理机构：溧阳市正投招投标有限公司 合同时间：2020年8月17日

项目编号：正投采单-[2020]080401
根据《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国合同法》等法律法规的规定，甲乙双方按照溧阳市正投招投标有限公司的招标结果签订本协议。

第一条 合同标的

乙方根据甲方要求提供下列服务：

服务内容详见乙方投标文件及费用清单等。

第二条 合同总价款

本合同项下服务总价为2500000元（小写）人民币，总价款为贰佰伍拾万元（大写）人民币，费用包含场地设备安装搭建，现场演出，艺人邀请，媒体宣传，安保，电力和通信保障等，分项报价表详见附件1。

第三条 组成本合同的有关文件

有关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。

第四条 权利保证

乙方应保证为甲方提供全部及其任何一部分服务时不受第三方提出侵犯其专利权、版权、商标权或其他权利的起诉。一旦出现侵权，乙方应承担全部责任。

第五条 质量保证

乙方提供的服务必须全部达到采购文件各项要求，国家或行业有规定的，还要符合相应规定；否则视为提供的服务不符合约定，甲方有权要求乙方予以更正，乙方不予更正的，甲方有权单方解除本合同，并且要求乙方退还已经收取的服务费用；同时，乙方须按照合同总价的10%向甲方支付违约金。

第六条 交付使用和验收

- 1、乙方应当在采购文件约定时间内完成该项目并交付甲方使用。
- 2、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和合同规定的，甲方有权拒收。

第七条 履约保证金

- 1、投标保证金自动转为履约保证金
- 2、履约保证金将在活动结束后，并经甲方确认服务符合合同约定后，无息返还给乙方。

第八条 合同款支付

- 1、本合同项下所有款项均以人民币支付。
- 2、本合同项下的采购资金由甲方自行支付，乙方向甲方开具发票。
- 3、付款方式：本合同签署后5个工作日内，甲方向乙方支付合同款的70%，付款前，乙方须出具付款金额的增值税发票，活动完成并经甲方验收合格后的五个工作日内，甲方向乙方支付剩余合同款的30%。

第九条 违约责任

- 1、甲方无正当理由拒绝验收或拒付款的，甲方向乙方偿付合同总价的 5% 违约金。
- 2、如乙方不能按期提供服务的或者提供的服务不符合约定的，甲方有权扣留全部履约保证金，并有权要求乙方退还已经收取的合同款；同时乙方应向甲方支付合同总价 5% 的违约金。
- 3、乙方逾期交付的，每逾期 1 天，乙方向甲方偿付合同总额的 5% 的违约金。如乙方逾期交付达 10 天，甲方有权解除合同，解除合同的通知自到达乙方时生效，届时，甲方无需支付剩余合同款，并有权要求乙方按照合同总价的 20% 的违约金。乙方逾期交付的，今后参加政府采购信誉将受到影响。
- 4、乙方在承担违约责任后，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。
- 5、乙方虚假承诺，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，乙方履约保证金不予退还外，还应向甲方支付不少于合同总价 30% 赔偿金。

第十条 合同的变更和终止

- 1、除《政府采购法》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。乙方放弃或拒绝履行合同，保证金不予退还，并赔偿甲方因此遭受的各项损失，在三年内不得参加溧阳市文体广电和旅游局招标。

第十一条、合同标的减少与追加处理

1. 如因在合同履行过程中有变更，存在减少有关服务数量或质量情况，经甲乙双方现场确认，报经审批后，按乙方中标时的固定单价对总价进行调减，并按有关规定签订补充合同。
2. 如因在合同履行过程中，需追加与本合同标的相同的服务的，在不改变合同条款的前提下，经甲乙双方现场确认，报溧阳市文化广电体育局审批后，按乙方中标时的固定单价对总价进行调增，并按有关规定签订补充合同，但应注意追加增加的服务总价不得超过本合同金额的 10%。如追加的服务总价超过本合同金额的 10%，则仍按照追加总价 10% 进行计算。

第十二条、争议的解决

1. 凡因本合同的履行引起的或与本合同有关的任何争议，双方应友好协商解决。
2. 因履行本合同发生争议协商解决不成的，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) 向常州仲裁委员会按其仲裁规则申请仲裁。
3. 在仲裁期间，本合同应继续履行。

第十三条、生效和其他

1. 本合同经双方签署生效。
2. 双方应各指定一名授权代表，负责直接处理与本合同履行有关的技术和商务事宜。双方授权代表的名称和通讯地址在本合同签署的同时书面通知对方。
3. 本合同履行期间双方间的通讯往来应采用书面方式。涉及重要事项的传真应随后立即

附件 1: 分项报价表

活动报价及艺人

项目	简介	费用	优惠价	合计
环节	溧阳方自行组织的节日产生的相关费用由溧阳文旅自行承担			
舞台搭建	原创舞美结构设计搭建	45w	90W	170W
	含大屏音响灯光舞美效果			
	呈现七夕传统元素			
环艺布置	结合七夕泼水元素设计	22W		
江苏广播主持人	10位主持人	12w		
咪豆星球乐队	2只乐队	8w		
活动装备包	400个, 200元/个	8w		
互动环节	储水装置、游戏道具, 喷水设备	5w		
信号保障	活动直播设备信号车(移动或电信)	3W		
安保	舞台后台区安保, 20人	5w		
	现场观众区安保, 20人			
	道路引导及封锁区, 20人			
杂项	交通、接待、住宿、工作餐水	5w		
	等各项杂费			
艺人	孟非	80W	80w	

活动宣推资源明细表

内容	形式	平台	频次	周期	价格/元
活动前期宣推资源明细					
爱情泼水节活动 招募宣推预告, 招募参与者	电视宣传	江苏卫视、城市频道、江苏公共新闻			15w
	60秒广播宣传 带及重点节目 口播预告	江苏新闻广播	1超特A、2A、2B、1C、1D、 2E, 共9次/天	15天(口播节 目按周播轮流 呈现)	18.36w
			《新闻服务区》、《新闻晚 高峰》、《新闻夜分享》节 目口播		13w
			《新闻早高峰》、《晓东评 论》、《新闻评弹》节目口 播		
		江苏交广网	1特A、1A、2B、2C、4D、2E, 共12次/天		38.47w
			《交广早班车》《开心方向 盘》《边走边听》节目口播		22.4w
			《嘀嘀叭叭早上好》、《一 博碰杨阳》、《男生宿舍》 节目口播		
	江苏文艺广播	6T、7A、10B、2C, 共24次/ 天	4w		
		《文艺晨报》、《小星星》、 《文艺新天地》节目口播	5w		
	溧阳七夕特别企 划	《阔拉拉档案》 之七夕古今对 对碰单元	江苏交广网	打造“第二届中国溧阳爱情 泼水节之七夕古今对对碰”	一周
大蓝鲸APP及朋 友圈			江苏交广网《阔拉拉档案》 开设古今对对碰单元	前一周	5.5w
溧阳全域旅游音 视频直播	主播带货音视 频直播	江苏交广网	《一博碰杨阳》、《开心方 向盘》、《边走边听》三节 目联动浙沪皖三地主播现场 做音视频直播带货,	22日前后共计 3次	5w
		大蓝鲸APP	视频直播、开机画面		

溧阳宣推新媒体矩阵	首一微信推送	江苏新闻广播官微	3条首一位置,一周活动信息贴片	8.8-8.25	5w
		江苏交广网官方微博	3条首一位置,一周活动信息贴片		8.6w
		江苏广播官方微信	3条首一位置		1.8w
	30秒抖音	部分主持人抖音	3条		3w
	微博直发	新闻、交通、音乐	微博直发不低于3次		3w

活动当天资源明细

网络视频直播	直播	荔枝直播、大蓝鲸、B站、快手	各1次		15w
新闻稿或微信推送		荔枝新闻、江苏综艺频道、新浪江苏、腾讯(大苏网、大申网)、网易娱乐、江苏新闻广播官微、江苏交通广播网官微、金陵晚报,南京日报,扬子晚报,新华网,交汇点,中国江苏网,凤凰,紫荆山,江苏公共新闻,南京18频道等	各1篇		2w
电视新闻报道		学习强国、江苏卫视、城市频道、江苏公共频道			/
广播新闻报道		江苏新闻广播、江苏交通广播	早晚新闻1次		/
视频直播流		大蓝鲸APP、开机画面、视频直播、首页大图、活动专区	8小时全省直播		12w
		江苏广电直播车			
APP全天话题互动		大蓝鲸APP上江苏交广网全天节目live互动,活动信息及溧阳全域旅游信息流呈现,实现大蓝鲸江苏交广网live溧阳全直播形态。	跟随节目走		3w
有奖互动		江苏交广网早7点到晚8点,每小时节目均设置	14次		3w
		邀请听众参加话题互动,赢取溧阳旅游相关奖品			

爱情泼水节报时提醒	江苏交广网, 全天各整、半点, 30秒溧阳特色报时	48次		2w
爱情泼水节活动即时性口播	7:00-21:00 每小时两次, 全天形成滚动报道, 打造活动当天的溧阳热度	28次		3.3w
合计				197.83W
优惠价: 80万元整				

费用: 活动及艺人优惠价为:170 万元整, 活动宣推资源优惠价为:80 万元整, 费用共计为: 250 万元整。

附件 2: 活动方案

活动宗旨:

秉持着中国溧阳爱情泼水节设计的初衷及主题概念, 在 2020 年的七夕节继续深化活动 IP 品牌, 结合溧阳撤县设市 30 周年特别企划, 邀请孟非及当地 30 对夫妇, 通过凡人婚姻故事折射展现 30 年来溧阳经济社会文化发展取得的巨大成就。以七彩曹山作为主办地, 辅以汽车莱斯、火车莱斯等场地, 扩大溧阳全域旅游宣传点, 强势抢占七夕节传统佳节的媒体热度及受众关注度, 借助江苏广播的媒体矩阵宣传, 达到不低于 1000w 的媒体关注量。

活动主题: 活动 logo 沿用去年的设计

山水定情, 美音溧阳

第二届中国溧阳爱情泼水节暨七彩曹山情歌音乐节

活动时间:

2020 年 8 月 22 日, 16:30—20:30 共计 4 小时

活动地点:

主会场, 曹山牛马塘, 包括附近的旅游推荐地。

活动人数:

控制在 3000 人以内, 其中江苏广播定向招募 400 人左右。

本次活动以自驾为主。

400 份装备包: 内含 T 恤 (专属设计)、水枪、帽子、扇子、驱蚊水、饮用水、相关景点门票。

活动亮点:

1. 撤县设市特别企划: 邀请孟非及 30 对夫妻来到现场, 由他们作为亲历者和见证人, 通过不同年代的结婚照、婚姻故事访谈、VCR 记录片等形式, 全景展现溧阳撤县建市 30 年来具有代表性的大事件及经济社会文化发展取得的巨大成就。
2. 两种文化有机结合: 通过溧阳本地特色群众文化表演和展现, 加入中华民族优秀传统文化中的七夕节元素, 既彰显民族符号, 又凸显本地特色。
3. 明星助阵引发关注: 特别邀请孟非、江苏广播明星 DJ 艺术团、知名乐队助力活动, 通过明星效应前期宣传为活动造势, 扩大活动影响力。
4. 十屏联动全域互动: 除活动现场外, 在溧阳城区和天目湖景区协调户外 10 块大屏

同步直播现场盛况，做到既在活动现场控制人数做好防控，又营造全城联欢气氛。

5. 媒体融合海量传播：通过江苏广电电视多频道及广播多频率线上线下多种形式宣传，新媒体直播（抖音、快手、B站、大蓝鲸等多平台），H5、朋友圈互动转发，其他主流媒体（学习强国、人民网、荔枝新闻、交汇点等）为本次活动进行全网传播，有效影响关键人群，总体到达率不低于千万，累计点击量达到上亿次。

活动流程：

16:30—20:30，持续的欢乐、持续的戏水

(1) 四个小时的主场活动，分为四个主题趴。

将热夏玩水、七夕游戏、音乐情歌、电音欢乐四大环节串起来，让泼水元素贯穿始终，给游客不一样的七夕体验，并在其中创意设置“第二届中国溧阳爱情泼水节暨七彩曹山情歌音乐会”启动仪式，让四个小时完美贯穿溧阳全域旅游的理念和呈现，让人爱上七彩曹山，爱上溧阳。

活动宣推：

(1) 媒体资源：

建议活动宣传周期为半个月，打通江苏广播线上、线下、新媒体及其他主流媒体，为第二届中国溧阳爱情泼水节宣推造势，持续打造2020年七夕节溧阳泼水节的热度和亮点，并在当天掀起活动宣推高潮，并在8月25日七夕节正日子推出活动花絮长图海报，做好宣传造势的闭环。

(2) 媒体策划呈现：

1、江苏广播主播音视频直播前期造势，全景呈现溧阳全域旅游优质资源：

江苏交广网主播现场打卡溧阳知名村落，并做音视频直播带货节目，为溧阳特色产品及网红村做好宣推，同时在节目中为第二届中国溧阳泼水节做好预热。

形式：江苏交广网&大蓝鲸平台音视频同步直播

地点：网红村或溧阳茶舍，做溧阳全域旅游的重点策划展播。

内容&时长：

一博、朗朗一起，做村里特色呈现，结合溧阳全域旅游特色，1个半小时

时间：2020.8.18.10:00—11:30。

2、江苏交广网、江苏新闻广播等平台提前半个月开始活动主题宣传，做活动参与者的招募。

(1) 江苏交广网、江苏新闻广播全省平台。

利用活动宣传带及节目主持人口播两大形式做活动宣推，双频活动预热造势宣传，招募 30 对江苏夫妻听众。

- (2) 江苏交广网爱情交友节目《阔拉拉档案》里开设“七夕古今对对碰”单元在节目单元里，专门打造“第二届中国溧阳爱情泼水节之七夕古今对对碰”，每日科普一篇与“爱情”、“七夕”相关的传统习俗，与现代与之对应的相近似活动进行对比，在此过程中通过对七夕古今习俗的关注传递溧阳全域旅游在夏季对七夕爱情泼水 IP 的打造，并招募 30 对江苏夫妻听众。

配合节目创意设计古今对对碰海报，通过大蓝鲸发布 LIVE 话题讨论，同步朋友圈发布创意海报，看看大家更爱哪一款，让全省青年浸润粉色浪漫。

- (3) 江苏交广网活动当天 48 个点报时特别企划之第二届中国溧阳爱情泼水节全频报时，30 对夫妻代表当天献声录制。

在全天 48 个整半点结合泼水节的热点，围绕溧阳全域旅游的特色，霸屏全省发布溧阳旅游形象名片。

- 3、 新媒体创意图文全面呈现第二届中国溧阳爱情泼水节的细节及亮点，做到更广范围的传播。

江苏广播新媒体矩阵：微信、抖音、微博、大蓝鲸 APPLive 互动及视频直播等形式全面配合，让溧阳爱情泼水节呈现立体化，可听、可看、可转发。

活动环艺布置：

基于活动全天游玩的主题性，以及听众从全省出发到达时间的不确定性，在牛马塘及活动场所强化活动环艺布置，给听众现场游乐好去处：

(1) 外围主题呈现引导：从入门处开始设置指引牌或地贴，指引舞台区和环艺布置区，入口处做爱情水门氛围打造、并有大型七夕泼水节主题装置。

(2) 十屏联动全域互动：除活动现场外，在溧阳城区安排 10 块大屏同步直播现场盛况，做到既在活动现场控制人数做好防控，又营造气氛全城狂欢。

(3) 听众签到台：领取装备包。

(4) 活动氛围美陈：结合当地特色，设置多样化的七夕传统美陈装置，打造七夕当天别具特色的环艺布置。

爱情邮局：给 1 年后的我们写封信，寄给 1 年后的你们。

呈现方式：邀请参与活动情侣下情书或对彼此想说的话，通过邮局定时寄件。

爱情作坊：结合溧阳特色，留下爱的记号。

呈现方式：结合溧阳特色，如竹子DIY手工竹杯，现场参与活动情侣可参与。

爱情银行：扫码存9.99或13.14，如明年爱情依旧，换两张明年活动的门票。

呈现方式：通过指定金额可预购江苏广播或者溧阳后续活动参与门票。

爱情博物馆：用声音记录美好，DJ演绎的爱情故事

呈现方式：可在指定区域写下彼此的约定或者经过最浪漫的事情。

爱情留言室：粉红飘带寄托相思，记录爱情。

呈现方式：参与活动者可在粉色丝带上留言，挂在指定区域

爱情帐篷：心形摆放，供情侣休息

呈现方式：通过灯带呈现心形，心形内搭建创意帐篷，帐篷上可写下与爱情有关的诗句或当下网红流行语

爱情凉茶铺：爱情如茶，味苦而回甘；用茶艺让人体味爱情滋味。

呈现方式：溧阳茶饮和饮用水补给

爱情投喂：现场美食区，网红小食，爱的投喂

呈现方式：溧阳联系当地商户在此区域设置小型美食区。

活动装备包：

本次活动采取售票制，77元两个包，在此基础上制作活动装备包，设定购买页面。

- 1、 T恤：本次活动服装如有可能，做中式样式，体现七夕感觉。
- 2、 食物或美食优惠券。
- 3、 泼水装置：以水枪为主。
- 4、 古风小扇子，可定制。
- 5、 帽子。
- 6、 防暑降温相关产品。
- 7、 附近景点游玩优惠券。

疫情防控方案

A、预约入场

在宣传招募时就专门制作预约通道，实施观众网上预约（预购门票）入场，控制观众总入场量不超过3000人，预约数量满额后关闭预约通道，并及时引导未成功预约观众前往溧阳其它景区观看现场直播。

B、实名登记

(1) 所有通过预约通道预约（购买门票）成功的观众，同步采集身份信息并生成入园二

二维码，检测体温，扫码进入，留存数据信息；

(2) 所有机动散客入园时检测体温，并登记身份信息留存数据；

(3) 搭建不同方向的游客入园专用通道，提前有序排队，验码测温。

C、多级管控

(1) 外围疏导——在附近道路路口预设管控点，按指挥部要求在必要时停止车辆进入，分流引导至其它景区；

(2) 入口管控——在通往景区的主要道路上预设管控点，达到当日入场人数上限时启动管控预案，人员停止进入景区；

(3) 核心区管控——在景区主入口预设管控点并布置铁马，正常进入时铁马打开，当核心区进入人数达到控制人数上限时，关闭铁马，只出不进；

(4) 内场管控——加强内场巡视检查，及时疏散聚集人群。

D、优化布局

科学规划，合理布局，充分利用核心区场地面积，尽量将各功能分散排布，使观众有序流动，降低人群聚集可能性。

E、精选演员

本次外请的演员回避可能从高风险地区来宁的人员，不邀请港澳台及海外地区的演员。

F、加强自我防护

所有工作人员严格按照疫情防控要求开展工作，在全流程中按照规定佩戴口罩、监测体温，不聚集并尽量在户外空旷场地完成工作任务。

活动流程

时间	项目	人员	道具	音频	大屏	灯光	执行人及备注
第一趴：山水七夕，相约在溧阳							
16:30-17:00	乐队演出 1	咪豆乐队	乐器、无线	同步乐器	视频素材	面光、渲染光	江苏广播
	泼水装置	全员湿身					
17:00-17:05	换场			垫乐	主视觉或宣传片		素材准备
17:05-17:20	七夕传统游戏 1+水枪大战	阿东、朗朗	互动道具、无线	互动音乐	主视觉或互动画面	面光	江苏广播，七夕乞巧+七夕泥塑，水枪
17:20-17:25	换场			垫乐	主视觉或宣传片		

第二趴：情歌为你，告白在溧阳

17:25-17:55	乐队演出 2	咪豆乐队	乐器、无线	同步乐器	视频素材	面光、渲染光	江苏广播
	泼水装置	全员湿身					
17:55-18:00	换场			垫乐	主视觉或宣传片		素材准备
18:00-18:15	七夕传统游戏 2+水枪气球	阿东、郎朗	互动道具、无线	互动音乐	主视觉或互动画面	面光	江苏广播，七夕拜月+七夕染指甲，游戏道具
18:15-18:35	溧阳节目展示	当地文化机构呈现		节目音乐	主视觉或节目素材	面光、渲染光	由江苏广播导演组对节目进行编排
	泼水装置	全员湿身					
18:35-18:45	换场			垫乐	主视觉或宣传片		素材准备

第三趴：山水定情，美音在溧阳

18:45-19:00	入场仪式	活动重要嘉宾	火车、站台	入场音乐	无人机高空直播火车行进过程	渲染光	火车行进中主持人讲述活动现场 77 个心形拱门的由来和七夕爱情故事
				主持人解说			
19:00-19:05	主持人开场	娜娜、成杰思					
19:05-19:10	启动仪式	溧阳当地领导、邀请名人等	创意启动装置	启动音乐	视频素材	面光、渲染光	江苏广播
19:10-19:30	“共同走过 30 年”特别环节	孟非	无线	节目音频	各时代家庭短视频	面光	溧阳负责提供此环节夫妻人选及相关素材
		30 对夫妻	30 对夫妻		不同年代结婚照		孟非采访 3 对夫妻代表
			礼物		访谈内容图片		由溧阳领导为 30 对夫妻赠送礼物
	泡泡装置	浪漫七夕					