

合同编号：QXJ-2026-009-001

栖霞街特色街区2026-2027年营销服务采购项目合同

甲方：威海城投资产管理有限公司

乙方：中青旅联科（山东）公关顾问有限公司

日期：2026 年 10 月 9 日

栖霞街特色街区2026-2027年营销服务采购项目合同

甲方（委托方）

名称：威海城投资产管理有限公司

统一社会信用代码：913710003127227587

乙方（服务方）

名称：中青旅联科（山东）公关顾问有限公司

统一社会信用代码：91371002MA7EHDEA1Y

本合同各方经平等自愿协商，根据《中华人民共和国民法典》及相关法规，就甲方委托乙方整体承办活动并支付服务费用事宜，签订本合同以共同遵守。

1. 承办服务

1.1. 承办服务包含(以下简称“该服务”)：

1.1.1 内容营销：包含日常营销设计费、广告投放、新媒体运营、直播营销等；

1.1.2 活动营销：包含主题节庆、商家活动等。

1.2. 服务时间

具体时间安排为：

活动时间：自合同签订之日起至 2028 年元旦活动结束。

(2) 活动地点：山东省威海市环翠区栖霞街特色街区

1.3. 承办事项

甲方将上述活动交由乙方承办。具体承办服务内容见本合同约定及附件 1《栖霞街特色街区 2026-2027 年营销明细》约定。

1.4. 客观变化

1.4.1. 如因疫情、法规政策、当地政府要求等客观原因导致活动不能正常如期举办的，双方应本着促进合同履行的目的尽量协商调整。

1.4.2. 如活动无法如期正常举行且双方无法协商一致的，甲方有权解除本合同，费用据实结算，不承担违约责任。

1.5. 活动的相关权利、收益均归甲方所有，甲方有权自行安排活动的相关门票销售、赞助招商等事宜（如有）并取得相应收益。

2. 服务费用与付款方式

2.1. 服务费用

暂估总价格为人民币 2568000.00 元（大写：人民币 贰佰伍拾陆万捌仟元整）。

本合同为综合单价合同，附件所列价款或单价中包含乙方服务费、物料费、人工费、税金等乙方履行本合同义务所需的费用。双方同意按照实际服务内容结算乙方承办服务费用。

2.2. 服务费用支付方式

合同签订之后 15 个工作日内，甲方向乙方支付合同暂估总价款的 10% 作为预付款，2026 年中秋国庆活动结束后 15 个工作日内，甲方向乙方支付合同暂估总价款 10%，2027 年春节活动结束后 15 个工作日内，甲方向乙方支付合同暂估总价款 20%，2027 年端午节活动结束后 15 个工作日内，甲方向乙方支付合同暂估总价款 20%，2027 年中秋国庆活动结束后 15 个工作日内，甲方向乙方支付合同暂估总价款 20%，在完成全部服务后甲方根据《栖霞街特色街区 2026-2027 年营销明细》（详见附件 1）、《服务项目结算单》（详见附件 2）、《考核内容及标准》（详见附件 3）等相关附件对乙方服务进行绩效考核，根据考核结果支付剩余价款；乙方承诺认可甲方的考核结果。如考核后，甲方已付款超出应付款的，乙方须于 10 日内将多付款项退回给甲方。

特别提示：1. 甲方付款前，乙方应向甲方提供有效、等额的服务费增值税专用发票（税率为 6%），否则甲方有权拒绝付款，且无需承担任何逾期付款责任。2. 无论何种原因导致乙方实际开票税率与本合同约定不一致的：（1）如税率降低，则不含税价格不变，含税价格相应调整；（2）如税率提高，则含税价格不做调整。

2.2. 乙方指定收款账号：

户名：中青旅联科（山东）公关顾问有限公司

账号：381710188000164205

开户行：中国光大银行股份有限公司威海分行

乙方未授权任何员工、第三方收款；付款方未向指定账号付款导致损失的，乙方不承担任何责任。

2.3. 发票

乙方应向甲方提供正规足额增值税专用发票。发票信息如下：

名称： 威海城投资产管理有限公司

纳税人识别号： 913710003127227587

地址： 山东省威海市环翠区青岛北路 158 号

3. 承办服务要求

3.1. 承办内容

3.1.1. 乙方负责活动的整体承办，具体承办服务内容见附件 1《栖霞街特色街区 2026-2027 年营销明细》。

3.1.2. 乙方应根据双方确定承办服务内容和要求承办本次活动。

3.1.3. 甲方有权对活动的承办提出具体要求，乙方应予配合执行。

3.1.4. 甲方应依据合同及双方约定对乙方服务进行验收，对于未提供服务或提供服务但未达到《栖霞街特色街区 2026-2027 年营销明细》要求的，甲方将扣除未达到验收标准项目的服务费。

3.2. 安全保障

3.2.1. 乙方应严格保障活动期间的人身安全，避免发生任何人身伤害事故。

3.2.2. 乙方所负责提供的材料物资、舞台搭建（如有）等，必须确保符合安全条件。

3.2.3. 如因乙方原因导致人身损害事故，视为乙方重大违约，乙方应承担全部赔偿责任；因此导致甲方损失以及甲方向第三方赔偿的，甲方有权向乙方追偿。

3.2.4. 乙方设备、物资应自行负责保管，甲方不承担保管责任。

3.3. 乙方应以环保、卫生的方式提供服务；活动结束后，乙方应及时完成撤场、清理服务。

3.4. 知识产权

3.4.1. 乙方向甲方提供的工作成果（包括但不限于设计方案、策划方案、各类宣传资料等），不得侵害第三方知识产权及合法权益，否则应赔偿给甲方带来的全部损失。但因甲方提供资料所导致的侵权，乙方不承担责任。

3.4.2. 乙方向甲方提供的上述工作成果，知识产权归甲方所有。双方另有约定除外。

3.4.3. 甲方有权对活动进行录音录像及复制传播。

3.5. 未经甲方同意，乙方无权将部分或全部活动场次转委托给第三方或与第三方合作承办。

3.6. 绩效考核

3.6.1. 甲方根据栖霞街特色街区营销活动需求制定了《栖霞街特色街区营销活动考核内容及标准》（含考核办法、考核内容及标准、活动审批流程，详见附件3、），乙方承诺遵守附件约定，合同期完成后20个工作日内甲方按合同附件约定对乙方服务进行量化考核，最终服务费将根据考核结果按比例支付，即：最终服务费用=服务项目结算金额*考核得分/100。

3.6.2. 甲方对《栖霞街特色街区营销活动考核内容及标准》如有修改，将及时将修改后版本通知乙方，乙方如有异议，应于收到修改版后2个工作日内书面提出，逾期视为乙方同意。针对乙方提出的相关异议，双方应本着友好合作的态度进一步协商确认。

4. 甲方负责内容

4.1. 活动审批

甲方负责办理本次活动所需的政府审批、备案手续。如需乙方提供相关材料则乙方应予以积极配合。

4.2. 活动场地

场地由甲方负责提供，并承担相关费用。

5. 项目负责人

5.1. 双方确定如下项目负责人：

（1）甲方

负责人姓名：王凯军

联系方式： 15666301312

(2) 乙方

负责人姓名： 董海洋

联系方式： 18663144441

5.2. 项目负责人的权限为：代表所属方接收/交付资料、物料；对工作成果进行验收。

5.3. 任何一方变更项目负责人应以书面形式至少提前 3 个工作日告知对方。

6. 责任说明

6.1. 本合同各方均为独立法人（或独立主体）。本合同的签订在甲方和乙方之间并不产生任何雇佣、代理、合伙关系，双方对外不产生连带、补充或类似责任。

6.2. 乙方应以自身名义就活动承办签订并履行相关合同，不得以甲方名义签署任何文件。甲方不对乙方履行对外签订的合同承担连带或补充责任。

7. 陈述与保证

7.1. 本合同各方均向其他方承诺：

7.1.1. 除本合同明确约定的以外，该方拥有签订和履行本合同全部义务所必需的的所有合法权利以及所有内部和外部的批准、授权和许可。

7.1.2. 该方提交的文件、资料等均是真实、全面和有效的。

7.2. 甲方承诺：

7.2.1. 具备签订和履行本合同的能力与资质。

7.3. 乙方承诺：

7.3.1. 具备签订和履行本合同的能力与资质。

8. 保密

8.1. 合同各方保证对在讨论、签订、履行本合同过程中所获悉的属于其他方的且无法自公开渠道的文件及资料（包括但不限于商业秘密、公司计划、运营活动、财务信息、技术信息、经营信息及其他商业秘密）予以保密。未经该资料和文件的原提供方同意，其他方不得向任何第三方泄露该商业秘密的全部或部分内容。

上述保密义务，在本合同终止或解除之后仍需履行。

8.2. 本合同关于对保密信息的保护不适用于以下情形：

(1) 保密信息在披露给接收方之前，已经公开或能从公开领域获得；

(2) 在本合同约定的保密义务未被违反的前提下，保密信息已经公开或能从公开领域获得；

(3) 接收方应法院或其它法律、行政管理部门要求披露保密信息（通过询问、要求资料或文件、传唤、民事或刑事调查或其他程序）。当出现此种情况时，接收方应及时通知提供方并做出必要说明，同时给予提供方合理的机会对披露内容和范围进行审阅，并允许提供方就该程序提出异议或寻求必要的救济；

(4) 由于法定不可抗力因素，导致不能履行或不能完全履行本合同确定的保密义务时，甲乙双方相互不承担违约责任；在不可抗力影响消除后的合理时间内，一方或双方应当继续履行本协议。在上述情况发生时，接收方应在合理时间内向提供方发出通知，同时应当提供有效证据予以说明。

9. 反商业贿赂

乙方均不得向甲方或甲方经办人、工作人员或其他相关人员索要、收受、提供、给予合同约定外的任何利益，包括但不限于明扣、暗扣、现金、购物卡、实物、有价证券、旅游或其他非物质性利益等，否则构成违约。如该等利益属于行业惯例或通常做法，则须在本合同中明示，否则亦为重大违约。

10. 违约责任

10.1. 甲方逾期付款的，每逾期一天，应以逾期金额为基数，按照全国银行间同业拆借中心公布贷款利率（一年期）向乙方支付违约金，同时仍应履行付款义务。

10.2. 乙方有下列情形之一的，视为严重违约，甲方有权要求解除合同，退还甲方支付的服务费用（如已支付），赔偿甲方全部损失，并要求乙方按照合同暂估价款的20%向甲方支付惩罚性违约金：

10.2.1. 乙方违反约定转包承办任务的；

10.2.2. 由于乙方的原因，导致一级或二级活动（详见附件3）无法正常举行的；

10.2.3. 由于乙方的原因，造成人身损害事故的；

10.2.4. 乙方违规向甲方人员行贿的；

10.2.5. 其他因乙方原因导致本合同解除的情形。

10.3. 任何一方有其他违反本合同情形的，应赔偿守约方全部损失。

本合同中的全部损失包括但不限于对守约方所造成的直接损失、可得利益损失、守约方支付给第三方的赔偿费用/违约金/罚款、调查取证费用/公证费/鉴定费用、诉讼仲裁费用、保全费用、律师费用、维权费用以及其他合理费用。

11. 其他约定

11.1. 不可抗力

11.1.1. 不可抗力定义：指在本合同签署后发生的、本合同签署时不能预见的、其发生与后果是无法避免或克服的、妨碍任何一方全部或部分履约的所有事件。上述事件包括地震、台风、水灾、火灾、战争、国际或国内运输中断、流行病、罢工，以及根据中国法律或一般国际商业惯例认作不可抗力的其他事件。一方缺少资金非为不可抗力事件。

11.1.2. 不可抗力的后果：

(1) 如果发生不可抗力事件，影响一方履行其在本合同项下的义务，则在不可抗力造成的延误期内中止履行，而不视为违约。

(2) 宣称发生不可抗力的一方应迅速书面通知其他各方，并在其后的十五(15)天内提供证明不可抗力发生及其持续时间的足够证据。

(3) 如果发生不可抗力事件，各方应立即互相协商，以找到公平的解决办法，并且应尽一切合理努力将不可抗力的影响减少到最低限度。

(4) 金钱债务的迟延履行不得因不可抗力而免除。

(5) 迟延履行期间发生的不可抗力不具有免责效力。

11.2. 合同解释

11.2.1. 本合同的不同条款和分条款的标题与编号，仅供查阅方便之用，不构成合同的一部分，不作为解释本合同任何条款或权利义务的依据。

11.2.2. 本合同中，“以上”、“以下”、“以内”包含本数，“超过”、“不满”、“以外”不包含本数，某期日的“前/以前”、“后/以后”或类似表述包含该期日当日。

11.2.3. 本合同中对金额或数量使用大小写时，如大小写不一致，应以大写为准。

11.2.4. 如果本合同正文和附件的意思发生冲突，则应按正文或附件中以何者为准的明确约定处理。

如无明确约定，则各方应尽力将整个合同（包括正文与附件）作为一个整体来阅读理解，最为明确具体的实现合同目的的条款应优先考虑。

12. 合同联系方式

12.1. 为更好的履行本合同，双方提供如下联系方式：

（1）甲方联系方式

联系人： 王凯军

手机： 15666301312

电子邮箱： \

（2）乙方联系方式

联系人： 董海洋

手机： 18663144441

电子邮箱： \

12.2. 通过电子邮箱及其它电子方式送达时，发出之日即视为有效送达。

12.3. 通过快递等方式送达时，对方签收之日视为有效送达；对方拒收或退回的，视为签收。

12.4. 上述联系方式同时作为有效司法送达地址。

12.5. 一方变更联系方式，应以书面形式通知对方；否则，该联系方式仍视为有效，由未通知方承担由此而引起的相关责任。

12.6. 本联系方式条款为独立条款，不受合同整体或其他条款的效力影响，始终有效。

13. 争议解决

因本合同以及本合同项下订单/附件/补充协议等（如有）引起或有关的任何争议，由合同各方协商解决，也可由有关部门调解。协商或调解不成的，应向甲方所在地有管辖权的人民法院起诉。

14. 附则

14.1. 本合同一式二份，合同各方各执一份。各份合同文本具有同等法律效力。

14.2. 本合同未尽事宜，双方应另行协商并签订补充协议。

14.3. 本合同包含如下附件：栖霞街特色街区 2026-2027 年营销明细、服务项目结算单、考核内容及标准。

上述附件是本合同的一部分，具有与本合同同等的法律效力。

14.4. 本合同经各方盖章后生效。

(以下无合同正文)

甲方（盖章）：
法定代表人或授权代表：



乙方（盖章）：
法定代表人或授权代表：



签订时间：2026 年 10 月 9 日

附件 1:

栖霞街特色街区 2026-2027 年营销明细

序号	名称	内容	详情	数量	单位	单价 (元)	合价 (元)
1	视频拍摄	视频拍摄	同项目需求	12	条	2500.00	30000.00
2	实体/信息流广告	抖音信息流广告投放/微信信息流投放	同项目需求	1	项	150000.00	150000.00
3	KOL 达人	达人探店	同项目需求	80	条	8000.00	640000.00
4	街区直播	街区直播	同项目需求	70	次	1100.00	77000.00
5	视频矩阵	职人账号+云剪	同项目需求	1	项目	20000.00	20000.00
6	新闻媒体	主流新闻媒体稿件推送	同项目需求	8	次	6250.00	50000.00
7	季度活动	演艺+美陈	同项目需求	1	项	150000.00	150000.00
8	2026 年中秋国庆	演艺+美陈	同项目需求	10	天	-----	220000.00
		商家活动	同项目需求	1	次		
9	2026-2027 跨年元旦	演艺+美陈	同项目需求	3	天	-----	150000.00
		商家活动	同项目需求	1	次		
10	2027 年春节	演艺+美陈	同项目需求	5	天	-----	250000.00
		商家活动	同项目需求	1	次		

11	2027 年 五一	演艺+美陈	同项目需求	5	天	-----	120000.00
		商家活动	同项目需求	1	次		
12	2027 年 3 周年庆	演艺+美陈	同项目需求	3	天	-----	180000.00
		商家活动	同项目需求	1	次		
13	2027 年 中秋国庆	演艺+美陈	同项目需求	8	天	-----	220000.00
		商家活动	同项目需求	1	次		
14	2027-2028 跨年元旦	演艺+美陈	同项目需求	3	天	-----	150000.00
		商家活动	同项目需求	1	次		
15	街区 文艺角	街区联动 商圈	同项目需求	1	项	81000.00	81000.00
16	商家活动	联动活动 商家补贴	同项目需求	3	次	-----	80000.00
总价（元）			大写： 贰佰伍拾陆万捌仟元整 小写： 2568000.00				

双方确认按上述清单执行；如经双方确认增减服务项目，则费用相应增减。

时间：2026 年 10 月 9 日

甲方确认

乙方确认：

附件 2:

服务项目结算单

时间	服务项目	金额	备注

双方确认已经提供了上述服务项目，并按上述金额结算。

时间： 年 月 日

甲方确认:

乙方确认:

附件 3:

考核内容及标准

考核内容/ 分数	具体指标	指标定义	考核标准
计划编制 (15)	营销活动方案及预算	预算编制需符合栖霞街特色街区实际经营情况及运营需求, 方案内容包含活动的目标、时间、地点、流程、宣传推广、人员安排、预算等完整要素, 营销活动要覆盖全年主要节日及威海当地旅游旺季。	方案缺失一项扣 1 分, 成本超预算扣 5-10 分/次
内容营销 (30)	日常营销设计	设计内容需包含方案及合同约定的核心视觉元素(例如活动海报、视频封面设计、推文排版小元素设计、活动主 KV、延展物料设计等), 设计成果需在方案规定的时间内交付	内容元素缺 1 项扣 1 分, 运维设计不符合街区实际扣 1 分/次; 未按时交付扣 3 分/次;
	广告投放	抖音 1000+信息广告投放及微信朋友圈第五条广告投放, 不低于合同及方案约定的曝光量	抖音曝光量不达标扣 3 分/次; 朋友圈曝光不达标扣 1 分/次
	新媒体运营	抖音视频、微信公众号和小红书内容发布需符合合同频率要求, 内容主题需与合同及方案要求保持一致, 用户互动需按合同要求执行	抖音周选题缺少 1 条扣 2 分; 公众号、小红书缺少一篇扣 1 分; 投诉响应超时(>2 小时)扣 1 分/次
户外广告 (3)	公交广告	栖霞街站名更换 3 年	缺少一年扣 1 分/次
活动营销 (20)	日常活动	舞台制作; 演绎服装; 设备音响; 日常演艺活动需符合合同及方案的要求标准	舞台不符合约定, 扣 1 分/次; 服装, 缺少一套扣 1 分/次; 音响设备损坏一样扣 0.5 分/次; 音乐演艺, 少一次扣 1 分

主题节庆 (12)	季节性活动 /重大节日 (包含圣诞节、元旦、 春节等)的美陈及演绎	主题节庆活动的线下美陈物料布置、演绎活动、参与人员不少于合同要求及对应的活动方案约定	美陈物料：每缺少1处布置点位扣0.5分，物料质量不符合方案标准扣1分/处，主题元素体现不足扣0.5-1分/处； 演绎活动：活动场次需达到方案规定数量，每缺少1场活动扣1分，活动内容与方案不符扣0.5分/场，关键环节缺失扣1分/场； 参与人员：人员数量需同时满足合同和方案要求，每缺少1名人员扣0.5分，关键岗位人员缺失扣1分/人
商家活动 (10)	联动商家补贴及物料支持	策划不同节庆主题与商家联动，联动商家的活动参与度、联动情况需达到方案预期目标，商家，满意度及商业效益满意度需达到合同及方案要求	每缺少1次联动活动扣3分；主题与商家契合度不足扣1-2分/次，未达到预期的商业效益扣1-2分/次
	达人探店及资源倾斜宣传	探店达人的数量及粉丝量的要求要符合合同及方案的约定	达人数量不够，扣1分/人；达人粉丝量不够，扣2分/人
现场安全 (10)	安全措施完备性	消防、疏散、应急设备及安全制度的落实情况均符合合同及方案的约定	隐患或制度缺失扣3分/项；关键安全设施缺失扣5分/次
	安全事故	活动期间安全事故（含隐患）	轻微事故1起扣2分；严重事故1起扣10分；重大事故一票否决

营销活动审批主体及时间

活动级次	活动定义	策划主体	审批主体	审批时间
一级	暑期长假节日（≥7天）	营销服务商	资产公司	活动开始前 30 天完成审批
二级	小长假节日（3 天）			活动开始前 15 天完成审批
三级	周末/日常活动			
四级	街区商户临时性活动		营销服务商	活动开始前 7 天完成审批

营销活动审批流程

