

2024 泰州市旅游广告联合投放项目（腾讯网络媒体宣传）合同

甲方合同编号：泰文广旅合【2024】72号

乙方合同编号：LHTF2024-TX-25

甲方：泰州市文化广电和旅游局

乙方：南京优同数字文旅科技有限公司

为充分利用腾讯网络媒体资源进行甲方旅游形象及项目宣传，开展旅游推介活动，甲、乙双方本着互惠互利的原则，依据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国政府采购法》等法律、法规、规章之相关规定，经江苏德皓项目管理有限公司组织招标并见证下，就甲方委托乙方为其在江苏省文化和旅游厅2024年旅游广告联合投放项目中的腾讯网络媒体“微信、腾讯视频”上发布网络广告等事宜，签订如下合同：

一、委托内容与委托期限

1. 乙方保证具有签订和履行本合同的资格、资质；乙方保证其是经授权的腾讯广告“微信、腾讯视频”的代理者或对腾讯广告“微信、腾讯视频”拥有广告发布等权利，且该等权利对本合同的履行不会产生不利影响。乙方保证甲方签订本合同后，甲方广告即能够在腾讯“微信、腾讯视频”媒体上发布。

基于乙方的前述保证，甲方委托乙方负责本合同项下甲方广告的设计、制作和办理相关的审批、备案手续以及本合同项下甲方广告在腾讯网络媒体“微信、腾讯视频”上的发布。

2. 甲方所委托发布的广告的具体细节详见附件1：资源详细内容和附件2：甲方购买资源明细。在实际执行过程中，甲方有权利根据实际需求在总价不变的情况下，兑换执行不同资源。

3. 甲方在广告开始刊登前十个工作日提供广告素材，微信朋友圈需提供广告文案、PSD或AI格式素材源文件给到乙方，腾讯视频需提供MP4格式广告片和素材源文件给乙方。由乙方协助设计使其成为符合江苏省文化和旅游厅联合投放和腾讯广告发布要求的版式及广告样稿。乙方设计完成，应当立即提交甲方审核，符合甲方要求的才能予以发布。

4. 乙方有义务审查最终发布的广告是否符合法律法规规定，包括但不限于对甲方提交的广告素材、样稿、视频等文件资料进行审查，如发现不符合相关法律、法规规定的，乙方应当立即书面通知甲方并说明理由和提供证明文件，并协助甲方进行修改、调整，直至该等文件资料符合相关法律规定为止。

二、费用及付款方式

1. 本合同项下广告发布媒体资源按分项方式购买，乙方微信朋友圈及腾讯视频投放服务单价合计92元，甲方可购买广告资源明细详见附件1，甲方具体购买广告资源明细详见附件2。甲方购买媒体资源总价款合计人民币壹拾肆万柒仟壹佰元整（小写：¥147,100.00），其中款项人民币肆万柒仟壹佰元整（小写：¥47,100.00）为江苏省文化和旅游厅补贴款。

本合同项下甲方需支付的合同价款已包含但不限于广告设计费、制作费、报审费、材料费、人工费、发布费、监测费、税费等乙方为履行本合同所产生的全部费用及利润，除本合同另有约定外，甲方无须向乙方支付其他任何费用。双方同意合同执行过程中如遇税率改革，则按照新调整后的税率执行，无需另行签订补充协议。

2. 广告发布时间：合同签订生效之日起至2025年10月31日。

3. 本合同付款方式为：甲方向乙方支付首付款人民币伍万元整（小写：¥50000）。广告全部投放完毕，乙方向甲方提供结案报告，经甲方验收确认成果符合项目需求后支付全部尾款人民币玖万柒仟壹佰元整（¥97100）。

4. 除非另有书面约定，乙方为本合同款项唯一收款人。

5. 每次支付前乙方应为甲方开具正规合法的发票，甲方收到发票确认无误后30个工作日内付款。

6. 乙方收款信息：

账户名称：南京优同数字文旅科技有限公司

开户行：南京银行龙蟠路支行

账号：0157 0120 2100 53715

未经甲方书面同意，乙方不得随意更改账户。乙方账户出现问题的，乙方应当立即书面通知甲方。否则，一切损失由乙方自行承担，与甲方无关。

三、广告发布

1. 在广告发布期限内，如甲方需更换其广告图形文件、广告主题等，需提前5个工作日通知乙方并提供其拟更换的素材；甲方有权根据活动情况随时调整，乙方须予以配合。

2. 在广告发布期限内，如微信、腾讯视频拥有者更新其版面，且原广告位置不再存在或位置有所影响的，乙方必须在更新前【五】日书面通知甲方并保证将甲方广告内容放置在版面的同等重要位置。如客观情况无法满足甲方广告放置在版面的同等重要位置的，乙方应当无条件为甲方放在版面的更重要的位置；如客观情况无法满足将甲方广告内容放置在版面同等重要或更重要的位置的，乙方应当在所有可用的位置中给甲方安排最好的位置，上述标准最终以甲方认可为准。

3. 在广告发布期间，微信、腾讯视频拥有者有权推出新的页面或客户端版本并相应调整广告播放形式及投放群体等，但乙方应当及时书面通知甲方获得甲方书面同意且保证甲方的权益不受不利影响。

4. 微信、腾讯视频广告的发布以腾讯的广告监测系统记录为准，在腾讯广告支持第三方监测的广告位置须同步提供第三方监测记录（其中微信朋友圈广告不支持第三方监测），当腾讯广告监测系统数据跟第三方监测数据冲突时以第三方监测数据为准。甲方有权对广告发布情况进行监督，广告发布结束后乙方需提供甲方相应广告投放监测报告。

5. 甲方有权要求所有广告发布的点击率不低于0.6%。如对网络广告的投放情况存在异议



(包括但不限于认为存在错发、漏发或任何其他违反本合同规定的发布情况),甲方有权要求乙方进行整改,并补充投放错发、漏发等的广告。乙方应当在收到甲方的异议后【1】个工作日内按照甲方的指示进行调整和修改。

6. 发布广告内容植入江苏文化旅游宣传口号“水韵江苏·有你会更美”文字及logo。

四、知识产权条款

1. 甲方授权乙方为本合同约定的目的使用其商标、商号,乙方保证以正确、积极的方式在授权范围内使用甲方的商标商号,不得擅自改动、歪曲其整体形象和组成部分,乙方不得在本合同目的之外的地方以任何形式使用甲方的商标、商号。

2. 甲方提供的广告样稿、样报、视频素材以及广告样稿、样报、视频中所包含的创意、设计、图形、图片、文字等,其知识产权归甲方所有,未经甲方事先书面同意,乙方不得为本合同之外的目的自行使用或允许第三方使用。

3. 乙方保证发布的广告等不违反任何法律法规,亦不侵犯任何第三方的知识产权等权利的,如有第三方以侵害知识产权等权利为由向乙方或甲方主张权利,皆由乙方自行承担相关责任,与甲方无关。

五、双方责任与义务

1. 甲、乙双方依照中华人民共和国相关法律法规签订本合同。

2. 甲方对广告的真实性、合法性负责;乙方有义务审查甲方提出的广告素材和表现形式,并要求甲方提供相关的证明文件。如果发现广告素材、内容和表现形式不符合法律规定,有义务指导甲方进行修改。

3. 乙方向甲方保证:乙方具有签署和履行本合同的能力和资质。乙方以及为本项目服务的乙方人员应当符合拥有本合同设计广告、实施执行的资质、资格。

4. 如因乙方单方过错或因微信、腾讯视频拥有者过错,造成广告刊登服务的不正常中断、发布位置与约定不符,并对甲方的广告发布造成不利影响的,则甲方有权要求乙方向甲方补偿中断的广告时间,并在相同条件下予以重新发布,乙方无法重新发布的应退还该部分广告费用。

5. 甲、乙双方不得单方面中止或在服务期内终止协议。

6. 本合同双方约定的违约金为合同总价款的百分之三十。

六、不可抗力

1. 对于因不可抗力引起的失约或延误,双方互不承担违约赔偿责任。“不可抗力”是指本合同双方不能合理控制、不可预见或即使预见亦无法避免的事件,该事件妨碍、影响或延误任何一方根据本合同履行其全部或部分义务。该事件包括但不限于政府行为、地震、台风、洪水、火灾或其它天灾、战争、或任何其它类似事件。

七、争议的解决

1. 凡有关本合同或执行本合同发生的争执,应经过友好协商解决;若不能协商解决,任

何一方均有权向甲方所在地人民法院提起诉讼。

2. 本合同的订立、执行、解释及争议的解决均应适用中华人民共和国法律。

八、协议生效及其他

1. 本合同自甲乙双方加盖公章之日起生效，于本合同项下广告发布完毕，并且甲方向乙方支付完全部广告发布费之日终止。

2. 本合同所订一切条款，甲、乙任何一方不得擅自变更或修改，本合同如有未尽事宜或对本合同的任何修正、更改或增删需由甲乙双方协商另订书面的补充合同，补充合同经双方加盖本单位公章后方可生效并与本合同有同等效力。

3. 本合同一式陆份，甲方执叁份，乙方执贰份，江苏省文化和旅游厅持壹份，具有同等法律效力。

4. 本合同不应视为在本合同各方之间形成雇用关系、代理关系、合伙关系。任何一方均无权代表另一方明示或默示作出任何陈述或保证，也无权使另一方受到任何此方面的约束。任何一方都不因另一方的行为承担任何责任。

5. 未经对方事先书面同意，任何一方不得将本合同项下的任何权利或义务转让给第三方。

甲方（盖章）：泰州市文化广电和旅游局

乙方（盖章）：南京优同数字文旅科技有限公司

地址：泰州市海陵区鼓楼南路 299 号

地址：南京市秦淮区水西门大街 2 号 5 楼

法定代表人或授权代表：

法定代表人或授权代表：

联系人：

联系人：

电话：052386889190

电话：025-83313329, 18602521268

日期

日期

附件 1：资源详细内容列表（其中分项报价表中价格经招标代理方确认）

媒体资源	广告位（展示模式和位置）	城市	竞价模式分项报价（元/CPM）	资源编号
微信朋友圈	常规图文模式，朋友圈第五顺位	北京、上海	10	1
		重点城市，见备注 4	14	2
		其它城市，见备注 5	12	3
	常规视频模式，朋友圈第五顺位	北京、上海	10	4
		重点城市，见备注 4	14	5
		其它城市，见备注 5	12	6
腾讯视频	PC 端 15 秒视频前贴，不限定位置	北京、上海	1	7
		重点城市 A，见备注 6	1	8
		重点城市 B，见备注 7	1	9
		其它城市，见备注 8	1	10
	移动端 15 秒视频前贴，不限定位置	北京、上海	2	11
		重点城市 A，见备注 6	2	12
		重点城市 B，见备注 7	2	13
		其它城市，见备注 8	2	14
	APP 开屏（闪屏）广告（可点击）	北京、上海	2	15
		重点城市 A，见备注 6	2	16
		重点城市 B，见备注 7	2	17
		其它城市，见备注 8	2	18
分项报价合计			92	

价格构成或报价要求：

1. 备注4，重点城市指：广州、深圳、成都、杭州、武汉、苏州、重庆、南京、天津、西安、沈阳、长沙、青岛、宁波、郑州、大连、厦门、济南、哈尔滨、福州；
2. 备注5，其它城市等指：除北京、上海、备注 4 城市以外的所有城市；
3. 备注6，重点城市 A：广州、深圳、成都、沈阳、南京、重庆、杭州、武汉、苏州、天津；
4. 备注7，重点城市 B：宁波、长沙、青岛、无锡、大连、西安、郑州、福州、哈尔滨、昆明、合肥、东莞；
5. 备注8，其它城市：除北京、上海、重点城市 A、重点城市 B 的其它城市。

附件 2:

甲方购买资源明细如下:

- 1、购买 1 号资源,数量为 2000 个 CPM,小计价格为人民币贰万元整(小写:¥20,000);
- 2、购买 2 号资源,数量为 1800 个 CPM,小计价格为人民币贰万伍仟贰佰元整(小写:¥25,200);
- 3、购买 3 号资源,数量为 1500 个 CPM,小计价格为人民币壹万捌仟元整(小写:¥18,000);
- 4、购买 4 号资源,数量为 2000 个 CPM,小计价格为人民币贰万元整(小写:¥20,000);
- 5、购买 5 号资源,数量为 1500 个 CPM,小计价格为人民币贰万壹仟元整(小写:¥21,000);
- 6、购买 6 号资源,数量为 1200 个 CPM,小计价格为人民币壹万肆仟肆佰元整(小写:¥14,400);
- 7、购买 15 号资源,数量为 3750 个 CPM,小计价格为人民币柒仟伍佰元整(小写:¥7,500);
- 8、购买 16 号资源,数量为 3500 个 CPM,小计价格为人民币柒仟元整(小写:¥7,000);
- 9、购买 17 号资源,数量为 3500 个 CPM,小计价格为人民币柒仟元整(小写:¥7,000);
- 10、购买 18 号资源,数量为 3500 个 CPM,小计价格为人民币柒仟元整(小写:¥7,000);
- 11、甲方以上购买所有资源金额总计为人民币壹拾肆万柒仟壹佰元整(小写:¥147,100)

