

幸福西藏·扎西德勒

首届西藏“衣脉相承”服饰文化周

宣传推广服务合同



甲方：西藏自治区文化和旅游厅

乙方：成都遥光文化传播有限公司

签订日期：2024 年 12 月 20 日



本《幸福西藏·扎西德勒首届西藏“衣脉相承”服饰文化周宣传推广服务合同》  
(下称“本合同”)由以下双方于2024年12月10日(下称“签署日”)签署:

甲方:

单位地址:

法定代表人:

乙方:成都通光文化传播有限公司

经营地址:成都市龙泉驿区东洪路666号梵木创艺区

法定代表人:王青

甲、乙双方依照《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国广告法》及其他相关法律法规,就甲方授权委托乙方为甲方《首届西藏“衣脉相承”服饰文化周》活动提供宣传推广服务。服务内容包含:以“文化西藏”账号、“衣脉相承”账号(待注册)为主的新媒体矩阵以及西藏范围内的传统媒体相结合的广告宣传推广服务,其中通过乙方在“文化西藏”账号、“衣脉相承”账号的腾讯平台、抖音、小红书、微博等网络平台以及拉萨市范围内的LED屏、电影院、天桥等线下媒体渠道进行宣传推广服务和信息技术服务,并向乙方支付一定费用的事宜。本着平等互利、诚实信用的原则,经友好协商,签署本合同,以兹共同遵照执行。

## 第一条 服务内容

1、宣传推广服务:乙方根据甲方所需服务,在双方约定的投放平台上开通广告投放账户和代理充值,并以普通图片、全屏图片、音频、视频、文字、链接等形式发布广告进行有偿的营销推广服务。

2、信息技术服务:乙方根据甲方所需服务,在双方约定的代理平台上发布信息、进行账户运营优化、信息技术咨询、操作指导等有偿的技术服务。

3、服务费:甲方基于乙方提供的营销代理服务向乙方支付的费用,包括平台账户的充值费用和服务结算费用及其他费用。

4、广宣投放计划如下:

平台	项目名称	工作内容	预估效果	素材时间	前宣	中宣	后宣
抖音	搭建定制话题	话题页3个,一个主话题、配送两个	话题页3个	话题需12.18	话题时长最长为60天,可在话题提供后开始宣推,直至		

	<div>子话题，聚合相关主题内容</div> <div>话题页头图、头像、话题简介定制</div> <div>页面测试及运营</div> <div>预计 12 月 19 日前完成</div>		日前提供	活动结束		
达人内容定制	拟定向中腰部达人，一对一沟通短视频定制及发布要求；需通过平台下单，根据最终选定账号对应费用	西藏本地网红 2 名（粉丝量 50 万-100 万）	确定内容后预计 12.30 日前发布	配合发推文一篇（2024 年 12 月 18 日—2025 年 1 月 2 日）	配合发推文一篇（2025 年 1 月 3 日—7 日）	配合发推文一篇（2025 年 1 月 7 日—1 月 22 日）
	根据达人发布时间进行					
贴纸互动	1、仅定制抖音贴纸 1 个，样式为 2D（可选择 2D、美妆样式），定向区域投放； 2、同一贴纸出现在热门栏，前三天固定第七排第五位（区域定向，适用区域西藏），后四天下沉三十排以后位置不固定，共计在线七天，七天后贴纸下线；	创意贴纸 1 个，在线 7 天	贴纸创意需 12.18 日前确认	12 月 28 日—1.3 日上线	/	/
	预计 12 月 18 日前完成给到					
全民任务	上线“衣脉相承”贴纸拍摄全民任务。	任务在线时间 7 天	12 月 18 日筹备	话题时长最长为 60 天，可在话题提供后开始宣推，直至活动结束		
	预计 1 月 5 日前完成					

	优质视频加热	选取官方、明星、达人优质视频加热推广	预估曝光量 125万+	视频内容制作 12.30完成	前期投流 60% 曝光量	中期投流 20% 曝光量	后期投流 20% 曝光量
		分阶段进行					
	新媒体平台端内开屏宣传	重点地区开屏投放 新媒体平台开屏广告	预估曝光量 10万+	广告视频素材需在投放前2天给到	2024年12月28日— 2025年1月2日	/	/
		预计1月3日前完成					
	直播间加热	直播预约+直播间引流加热	预估曝光量 100万+	广告视频素材需在投放前2天给到	/	中期直播期间投流全部流量	/
		预计1月3日至7日完成					
小红书	品牌推广	建立品牌专区	预估曝光量 50万+	话题需12.18日前提供	12月25日开启 (前期预计投流30万曝光量)	中宣投流 10万曝光量	后宣投流 10万曝光量
		搜索结果页置顶展示					
		优质内容 CPM 区域定向人群投放					
		火焰话题热搜活动推荐					
		预计12月30日前完成					
	品牌种草	全国优质 KOL (1w-5w) 内容直发 5篇	12组达人笔记宣发	确定内容后预计12.30日前发布	配合发推文一篇 (2024年12月18日—2025年1月2日)	配合发推文一篇 (2025年1月3日—7日)	配合发推文一篇 (2025年1月7日—1月22日)
		全国优质 KOL (5w-10w+) 内容直发 3篇					
		本地优质 KOL (5w-10w+) 现场拍摄 2篇					
		本地优质 KOL (1w-5w) 现场拍摄 2篇					

		现场拍摄1组优质素材供稿给予直发账号					
		预计12月30日前完成					
微信	朋友圈广告+公众号文章投流	微信朋友圈强推广	曝光量300万 点击量不低于6万次	预计12月30日至1月3日持续投放	前期投流60%曝光量 (投放时间内按日匀速投放)	中期投流20%曝光量 (投放时间内按日匀速投放)	后期投流20%曝光量 (投放时间内按日匀速投放)
		1月5日完成					
微博	前宣推广	微博超级粉丝通广告	预估曝光量300万+	预计12月30日至1月3日持续投放	前期投流60%曝光量 (投放时间内按日匀速投放)	中期投流20%曝光量 (投放时间内按日匀速投放)	后期投流20%曝光量 (投放时间内按日匀速投放)

## 第二条 合同有效期

本合同有效期为60天,自【2024】年【12】月【20】日起至【2025】年【2】月【20】日止。

## 第三条 陈述及保证

甲乙双方互相向对方声明、陈述及保证如下:

1、可全权订立本合同并履行其于本合同项下之义务而无须由任何第三方批准或在任何第三方备案,且其授权代表拥有充分授权代表其签署本合同;

2、双方在履行本合同项下之义务时,其行为不违反任何对其有约束力的适用法律



的限制，也不会侵犯本合同以外任何第三方之合法权益；

3、其并非清算、解散或破产程序之主体。

#### 第四条 甲方的权利义务

1、甲方有权对乙方所提供的服务工作进行监督和指导。

2、甲方负责对广告投放资料（包括但不限于广告素材、广告样稿以及当中所包含的网站链接）进行及时审核并发布。

3、甲方应按照本合同约定及时、足额支付服务费。

#### 第五条 乙方的权利义务

1、乙方应按照甲方要求提供围绕活动主题的宣传推广服务。

2、乙方要完全按照甲方工作要求按时保质地完成宣传内容。

3、乙方要按照甲方围绕活动主题提出的提出修改意见进行修改，直至达到甲方要求。

4、乙方可在按合同要求保质保量完成相关服务工作后，按阶段向甲方申请支付服务费用。

#### 第六条 结算与付款

本服务项目具体费用为 147.9 万元，大写：壹佰肆拾柒万玖仟元整。该费用包括了全部费用（本合同第二条“项目执行内容”的全部工作内容）的费用以及税金，该费用为固定总价，不因任何因素（包括但不限于人工费上涨、材料上涨、厂家提价、突发公共卫生事件等）而增加合同价款。除该费用外，甲方不承担任何其他费用。乙方为履行本合同所产生的费用，由乙方自行承担。

付款方式：划分三个阶段支付费用，第一阶段，乙方向甲方提供细化方案，方案通过后，支付合同总价的 50%，即 73.95 万元，大写：柒拾叁万玖仟伍佰元整；第二阶段，完成活动开幕前的所有准备工作，各项人员设备部署到位后，支付合同总价的 30%，即 44.37 万元，大写：肆拾肆万叁仟柒佰元整。第三阶段，活动全部圆满结束达到预期目标，完成履约验收工作后支付合同总价的 20%，即 29.58 万元，大写：贰拾玖万伍仟捌佰元整。

甲方开票信息如下：

名 称：

纳税人识别号:

地 址:

开户行及账号:

乙方收款账户如下:

户 名: 成都通光文化传播有限公司

开户行: 中国民生银行成都永丰支行

账 号: 6932 8355 5

## 第七条 知识产权及保密条款

1、甲、乙双方彼此应对本次合作内容中所涉及的对方知识产权予以充分尊重和保护,并保证各自在履行本合同内容时,对于所涉及的第三方知识产权予以充分的尊重和保护,各自为本次合作所提供的相关内容、产品均不存在知识产权方面的瑕疵,否则甲乙双方应各自对其行为的后果自行承担责任。

2、在双方合作过程中,乙方应本着对甲方负责的态度,以高度的责任感,在内容涉及、宣传推广等工作中避免发生与第三方的侵权纠纷,包括但不限于肖像权、名誉权、荣誉权、姓名权及知识产权等,如发生类似情况,乙方负全责。

3、乙方保留下列事项的排他性所有权和知识产权:(1)在签署本合同之前乙方已有的商标、标识、设计的著作权及其他知识产权;(2)乙方的专有技术、研究技术、以及享有所有权的方法,包括但不限于,在履行本合同中规定的服务的过程中,由乙方所使用的设计或研发的方法步骤、产品、大纲、问题组/问题、问卷、研究工具、公式、运算法则、学术演说、模型、资料数据库、计算机程序和软件,包括但不限于其衍生、变更、增加的部分。

4、双方合作期间,为履行本合同之目的,乙方可以合理地使用甲方的相应知识产权,包括但不限于商标、标识、徽标、产品或服务名称等知识产权,但未经甲方书面授权,乙方不得将甲方的知识产权用于合同目的之外的场合。

5、乙方如将甲方的推广活动以案例展示或案例文章的形式对外进行公开传播,涉及甲方品牌名称时,需经甲方许可,如甲方不愿意公开真实情况,乙方文章内的企业名称需由其他代替。

6、双方应对业务过程中接触到的对方的保密信息互负保密义务。保密信息指由协议一方持有的与其业务、经营、技术及权利等事项相关的,非公开的信息、资讯、数

据、资料，包括但不限于价格信息、返利政策、客户清单、财务数据等）。除本合同另有规定的情况外，未经披露方事先书面同意，接收方不可为其自身业务目的或其他目的使用或向任何第三方披露任何披露方的保密信息。双方应保证本方雇员履行上述义务。

7、乙方承担的设计制作开发的图案、文字、照片、宣传片、视频、广告创意、APP软件等必须保证原创、且相关成果的知识产权需归属甲方

8、本合同履行期间，如乙方未按合同约定完成各阶段或各项工作内容（含各阶段的成果提交延迟、质量不达标、未通过验收、存在知识产权侵权等），或者未通过验收，乙方除应当按约整改并满足甲方合同要求外，

9、上述关于知识产权及保密责任的内容不因本合同的无效、提前终止、解除而失效。

## 第八条 违约责任

1、甲方应按照合同约定付款，如遇不可抗因素需延期付款，可由双方协商解决。

2、乙方应按照操作流程，谨慎使用账户，因乙方违规使用账户，导致账户关闭，由乙方自行承担不利后果。

3、甲乙双方违反本合同项下任何陈述及保证条款、知识产权与保密条款，或未履行其在本合同项下的任何义务、责任，应赔偿对方因此造成的损失。

4、违约方除赔偿守约方损失及违约金外，还应承担守约方为依法维权而支出的合理费用，包括但不限于诉讼/仲裁费、差旅费、律师费、交通费、鉴定费、公证费、司法保全担保费等。

## 第九条 争议的解决及适用法律

1、本合同受中华人民共和国法律管辖。

2、因本合同引起的或与本合同有关的一切争议，双方应首先通过友好协商解决。协商不成的，任何一方均有权将争议提交至所在地有管辖权的人民法院通过诉讼解决。

## 第十条 附则

1、在合同执行期间，除本合同另有约定外，如一方需要变更、提前解除本合同，应当在财务结算完毕后提前一个月书面通知对方，并赔偿对方因此造成的损失。

2、因本合同引起的或与本合同有关的一切争议，双方应首先通过友好协商解决。



协商不成的，任何一方均有权将争议提交至甲方所在地有管辖权的人民法院通过诉讼解决。

3、本合同未尽事宜由双方协商达成补充协议，补充协议与本合同不一致之处，以补充协议为准。

4、本合同的附件、补充协议以及通过电子邮件形式确认的执行单、排期表等为本合同的组成部分，与本合同具有同等法律效力。

5、本合同自双方法定代表人或授权代表签字并加盖公章或合同专用章后于合同首部约定的生效日生效。本合同一式肆（4）份，甲乙双方各执贰（2）份，具有同等法律效力，本合同生效后取代先前双方所有的讨论、协商及协议。

（本行以下无正文）

<p>甲方（盖章）：</p> <p>授权代表人（签字）：</p> <p>签署日期：2024年12月20日</p>	<p>乙方（盖章）：成都星光文化传播有限公司 </p> <p>授权代表人（签字）：</p> <p>签署日期：2024年12月20日</p>
---	--