

# 采 购 合 同

项目名称：榆林市市场监督管理局重点地理标志保护产品、  
商标及品牌培育推广服务项目

招 标 人：榆林市市场监督管理局

投 标 人：榆林市天地文化传媒有限公司

签署日期：2025.1.14

## 第一部分 协议书

采购人（甲方）： 榆林市市场监督管理局

供应商（乙方）： 榆林市天地文化传媒有限公司

根据《中华人民共和国民法典》及其他有关法律、法规，遵循平等、自愿、公平和诚信的原则，双方就下述项目范围与相关服务事项协商一致，订立本合同。

### 一、项目概况

1. 项目名称：榆林市市场监督管理局重点地理标志保护产品、商标及品牌培育推广服务项目；
2. 服务内容：以招标文件和合同后附服务清单为准，合同附件清单为本合同的组成部分。

### 二、合同金额

合同金额（大写）：壹佰柒拾肆万伍仟贰佰元整（小写¥：1745200.00）。

### 三、付款方式

合同签订且财政资金下达后 20 日历天内甲方支付乙方合同总价款的 50%，剩余 50%待项目服务期满且经甲方验收合格后一次性付清。

### 四、服务期

服务期：合同签订之日起至 2025 年 11 月 20 日前。

### 五、双方承诺

1. 供应商向采购人承诺，按照本合同约定提供相关服务。

2. 采购人向供应商承诺，按照本合同约定支付服务款项。

## 六、内容及要求

即交付的服务内容、数量与响应文件、采购文件等所指明的，或者与本合同所指明的服务内容相一致。

## 七、质量保证

1. 服务质量必须符合国家有关规范和相关政策；
2. 服务质量须满足采购人需求及相关行业要求；
3. 所有因服务质量出现的问题由中标单位负责解决并承担所有费用。

## 八、验收

由采购人和投标人共同对项目整体进行验收。验收合格后，出具项目验收报告，双方签字盖章后生效。

验收依据：合同文本；响应文件及澄清函、采购文件；国家和行业制定的相应的标准和规范。

## 九、保密

双方须对工作中了解到的使用单位技术、机密等进行严格保密，不得向他人泄漏。

## 十、知识产权

供应商应保证投标服务不会出现因第三方提出侵犯其专利权、商标权或其它知识产权而引发法律或经济纠纷，否则由供应商承担全部责任。任何被供应商用于未经授权的商业目的行为所造成的违约或侵权责任由供应商承担。

### 十一、合同争议的解决

合同执行中发生争议的，当事人双方应协商解决，协商达不成一致时，可向采购人住所地有管辖权的人民法院提请诉讼。

十二、合同一经签订，不得擅自变更、中止或者终止合同。对确需变更、调整或者中止、终止合同的，应按规定履行相应的手续。

### 十三、违约责任

依据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国政府采购法》的相关条款和本合同约定，成交供应商未全面履行合同义务或者发生违约，采购单位会同采购代理机构有权终止合同，依法向成交供应商进行经济索赔，并报请政府采购监督管理机关进行相应的行政处罚。采购单位违约的，应当赔偿给成交供应商造成的经济损失。

### 十四、其他

本合同一式肆份，具有同等法律效力，双方各执贰份。各方签字盖章后生效，合同执行完毕自动失效。（合同的服务承诺长期有效）。

采购人：\_\_\_\_\_（盖章）

地址：\_\_\_\_\_

法定代表人或其授权

的代理人：（签字）\_\_\_\_\_

开户银行：\_\_\_\_\_

账号：\_\_\_\_\_

供应商：\_\_\_\_\_（盖章）

地址：\_\_\_\_\_

法定代表人或其授权

的代理人：（签字）\_\_\_\_\_

开户银行：农行榆林长城路支行

账号：26006001040002281

## 合同附件：重点地理标志保护产品、商标及品牌培育推广项目服务内容

序号	服务内容	数量	备注	服务要求
1	地理标志产品宣传	2个	针对两个地标产品进行策划、拍摄（结合当地文旅、非遗、农业等元素，并在新媒体进行投放，达到一定的影响力）	拍摄120秒左右的宣传片2部，需深入原产地，实地拍摄产品的生长环境及制作工艺等，呈现当地风土人情和地域文化，诠释产品与产地的深厚渊源。剪辑部分精华内容在各类新媒体进行投放，累计流量达到300万以上。

2	“陕西好商标”推广	5个	对2024年度“陕西好商标”进行专项推广	拍摄150秒左右的宣传片一部（涵盖5个好商标的内容），展现企业品牌的核心价值与独特魅力，剪辑部分精华内容在各类新媒体进行投放，累计流量达100万以上。
3	地理标志画册制作	4000册	含搜集我市地标产品信息，拍摄图片、设计、文本草拟、运输等，同步制作电子画册	画册需包含16个地理标志保护和19个地理标志商标，涵盖其产地环境、地域特色、历史渊源及品质特点等，中标方负责产品实地拍摄、创意设计、文本草拟以及运输等。同步制作电子画册，以数字化形式呈现产品的独特魅力，方便更广泛的传播。
4	地标、商标相关知识普及	5条	邀请本地有一定影响力的“网红”“达人”在抖音或快手等APP进行视频推荐	邀请正能量的当地主播（备选：潇洒路、武强、镇赫等），以参加线下推广活动和拍摄推广视频的方式进行。参与推广活动一次（不少于2

10月 11日

				人), 拍摄视频不少于 5 条, 流量累计需达 150 万次以上。
5	重点地标、商标广告投放	5 个	有针对性的选择榆林火车站、机场、高速公路、西安火车站等	乙方设计广告内容, 在榆林境内一个高速公路跨桥广告牌投放一年 (面积为 350 m <sup>2</sup> -480 m <sup>2</sup> 之间); 火车站对面、万达广场南侧等同级别的两个广告牌投放宣传视频半年 (面积 100 m <sup>2</sup> 以上, 剪辑创意吸睛的短片, 时长 15 秒左右, 每天滚动大于 200 次)。投放内容均由乙方进行设计剪辑, 需根据甲方要求进行实时更新。
6	地标、商标“走出去”活动	2 次	组织相关企业参加地理标志产业发展年会、农交会等	每次组织 5 家以上企业参展 (参考: 地理标志产业发展大会、中国品牌节、中国国际商标品牌节、世界品牌莫干山大会等), 负责协调展位、展位布置、现场展示等, 争取我市品牌以

				典型在现场推广展示。
7	制定营销方案	5个	对指定的地标和商标产品进行市场定位和 research 分析，出具营销方案，助力品牌价值提升。	开展调研活动，组织相关专家进行市场分析论证，形成5份符合市场实际的营销方案，并匹配专家指导实施，助力品牌价值提升市场竞争力。
8	品牌价值评估	7	对7个重点品牌进行品牌价值评估，形成评估报告。	按照评估标准，依托权威的评估机构进行评估，出具7份内容详实、数据准确的评价分析报告。

注：推广品牌和对象由招标人实时指定，中标方根据招标人要求负责所有文案和活动策划工作。

