

榆林市发展和改革委员会  
数字经济背景下榆林文旅品牌创新发展  
路径研究合同

课题名称：数字经济背景下榆林文旅品牌创新发展  
路径研究

委 托 人：榆林市发展和改革委员会

受 托 人：陕西品创嘉合科技有限公司

2024 年 4 月

委托人（甲方）：榆林市发展和改革委员会

受托人（乙方）：陕西品创嘉合科技有限公司

甲乙双方经友好协商，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，就甲方委托乙方开展数字经济背景下榆林文旅品牌创新发展路径课题研究，并支付课题研究经费，乙方接受委托并进行此项研究工作等相关事宜，达成如下协议，以资共同遵守。

### 一、课题概况

1.课题名称：数字经济背景下榆林文旅品牌创新发展路径研究

2.实施时间：2024年5月1日——2024年10月31日

3.研究内容：

（1）数字经济和品牌创新等方面的理论分析和文献梳理，包括数字经济的内涵和基本特征、数字经济相关理论、品牌创新理论等方面。

（2）分析和总结国内外文旅品牌创新发展的案例，提出国内外文旅品牌创新发展的经验借鉴和启示。

（3）分析榆林文旅品牌发展现状，包括文旅资源分布、高质量景区品牌分布、旅游品牌体系现状、文旅品牌发展的内外部环境以及文旅品牌发展存在的问题等方面。

（4）榆林文旅品牌创新发展的访谈调研。针对榆林文旅品牌创新发展遇到的问题 and 机遇，对专家学者、政府官员、文旅企业管理者等进行访谈调研。

（5）榆林文旅品牌发展的问卷调查分析。针对榆林文旅品牌发展的现状、消费者体验以及品牌管理等方面进行问卷调研，通过实证研究分析榆林文旅品牌创新发展面临的问题和方向。

（6）榆林文旅品牌创新发展路径分析。提出榆林文旅品牌创新发展的具体路径和保障措施。

#### 4.具体要求：

- (1) 研究报告应基于可靠的理论和可验证的事实，确保研究的科学性和准确性。
- (2) 研究和论证过程应严谨、合理，得出的结论应科学、符合客观规律。
- (3) 研究报告应包括封面、目录、正文、结论等完整内容。
- (4) 研究报告应正确引用和标注所有引用的文献，避免抄袭和引用不当。
- (5) 进度保障：根据具体技术要求，设计制定具体时间进度计划，并严格按照时间进度计划实施。项目总实施时间不超过6个月，项目起始日以签订的合同为准。

#### 二、课题经费及支付方式

1.合同金额（大写）：贰拾玖万元整（¥ 290000）。

合同价格为含税价，乙方提供服务所发生的一切税（包括增值税）费等都已包括在合同价款中，甲方无需承担或另行支出任何其他费用。

#### 2. 付款方式

合同生效后，甲方向乙方支付合同总金额的60%；乙方提交研究报告初稿后，结题评审通过后，甲方向乙方支付合同总金额的40%。根据财政资金到位情况，每期合同费用支付前，乙方应向甲方开具等额增值税发票，甲方在收到每期增值税票后15个工作日内完成支付。

#### 三、课题实施节点及进度

- 1.乙方应于2024年5月1日前，与甲方签订课题研究委托合同。
- 2.乙方应于2024年5月15日前报送研究提纲，经甲方审核通过后，开展课题研究。
- 3.乙方应于2024年10月1日前报送研究报告初稿。
- 4.乙方应于2024年10月31日前完成研究课题的正式研究成果。

#### 四、人员保障

1.经双方协商一致，本合同项下课题研究组成人员如下：

| 序号 | 姓名 | 性别 | 出生年月 | 学历学位 | 职称 | 研究方向 |
|----|----|----|------|------|----|------|
|----|----|----|------|------|----|------|

|    |     |   |          |        |       |       |
|----|-----|---|----------|--------|-------|-------|
| 1  | 张千军 | 男 | 1984年10月 | 研究生/博士 | 讲师    | 品牌管理  |
| 2  | 蔡俊亚 | 女 | 1965年12月 | 研究生/博士 | 副教授   | 品牌管理  |
| 3  | 姚延婷 | 女 | 1982年09月 | 研究生/博士 | 副教授   | 品牌管理  |
| 4  | 杨欣  | 女 | 1995年06月 | 研究生/博士 | 讲师    | 新媒体营销 |
| 5  | 蒋楠  | 女 | 1987年08月 | 研究生/博士 | 副教授   | 营销管理  |
| 6  | 黄菊  | 女 | 2000年12月 | 研究生    |       | 营销管理  |
| 7  | 刘玉珮 | 女 | 2001年02月 | 研究生    |       | 营销管理  |
| 8  | 赖肸  | 女 | 2000年10月 | 研究生    |       | 品牌管理  |
| 9  | 熊璐  | 女 | 1993年06月 | 研究生    | 中级经济师 | 品牌管理  |
| 10 | 李思怡 | 女 | 2003年11月 | 本科生    |       | 营销管理  |
| 11 | 张英英 | 女 | 2002年02月 | 本科生    |       | 营销管理  |
| 12 | 袁梦佳 | 女 | 2004年08月 | 本科生    |       | 品牌管理  |
| 13 | 赵晓荣 | 女 | 2003年10月 | 本科生    |       | 营销管理  |
| 14 | 张鑫玥 | 女 | 2003年03月 | 本科生    |       | 工商管理  |
| 15 | 周姊洋 | 女 | 2001年11月 | 本科生    |       | 营销管理  |
| 16 | 裴嘉祺 | 女 | 2002年12月 | 本科生    |       | 品牌管理  |

2.非经甲方书面同意，乙方不得随意更换上述课题研究组成员。

## 五、成果交付

乙方将最终的研究成果以研究报告的形式交给甲方，研究成果及其主要组成部分包括研究报告4万字左右，各6份纸质及电子版。

## 六、双方的权利与义务

### 1.甲方的权利与义务

- (1) 有权以电话、口头等方式要求乙方提供委托课题进展情况。
- (2) 有权自行或委托第三方监督、检查课题进展情况。
- (3) 委托课题的全部原始资料、中间过渡资料及最终成果所有权属于甲方。

(4) 协助乙方开展课题研究工作，确保按期完成课题研究。

(5) 按照合同约定支付费用。

## 2.乙方的权利与义务

(1) 按合同约定开展课题研究工作，确保按期向甲方提交课题研究成果，并通过甲方评审。

(2) 按甲方要求定期向甲方汇报课题进展情况，并保证研究课题资料的真实性、合法性。

(3) 开展课题研究前须将课题计划提交甲方备案，课题计划包括但不限于参与课题人员、课题完成时间等内容。

(4) 保证按合同约定或甲方指示处理委托课题。委托范围非经甲方同意不得变更。

(5) 课题完成后，负责按甲方要求形式将课题全部原始资料、中间过渡资料及最终成果在指定期间内提交给甲方。

(6) 保证独立完成全部课题，未经甲方同意不得委托第三方开展课题研究工作。

(7) 未经甲方书面许可，乙方不得擅自将原始资料、中间过渡资料及最终成果复制自留使用或提供给其他任何单位或个人使用，不得为乙方或其他任何单位或个人谋取利益。

(8) 未经甲方同意，不得将合同全部或部分权利与义务转包、分包给第三人。

(9) 乙方应当对研究成果出现的遗漏或错误负责无偿修改或补充。

## 七、验收和评价方式

1.根据课题计划实施进度，甲方应及时组织课题进程评审。评审未通过的，应按照国家评审组意见修改后再次评审，再次评审仍未通过的，终止研究协议，甲方无需再向乙方支付剩余费用。

2.课题完成后，甲方应及时组织结题评审。评审验收未通过的，承担单位应按照国家评审要求重新修改，并在1个月内提交二次评审。如两次结题评审均未通过，本合同项下委托课题研究按终止处理，甲方无需再向乙方支付剩余费用。

3.验收标准：通过专家评审，按立项文件具体要求进行逐项验收。

## 八、违约责任

1.依据《中华人民共和国民法典》的相关条款和本合同约定，乙方未全面履行合同义务或发生违约，依法要求乙方进行赔偿。甲方违约的，应当赔偿给乙方造成的经济损失。

2.如乙方存在本合同第七条第1款、第2款约定的违约情形，甲方有权解除合同，并要求乙方退还全部已付合同价款。造成损失的，还应当承担赔偿责任。

3.乙方在开展课题研究过程中的全部原始资料、中间过渡资料及最终成果不具备真实性、合法性的，甲方有权解除合同，并要求乙方退还全部已付合同价款。造成损失的，还应当承担赔偿责任。

4.乙方未经甲方同意，以任何形式向第三人泄露履行合同中所知悉的秘密的，甲方有权解除合同，并要求乙方退还全部已付合同价款。造成损失的，还应当承担赔偿责任。

5.乙方无正当理由要求终止或解除合同的，乙方应退还全部已付合同价款并支付给甲方合同金额5%的违约金。

6.违约方应承担因此给守约方造成的所有损失，包括但不限于因此产生的所有赔偿费、律师费、公证费、诉讼费、交通费等合理支出。

## 九、保密

乙方应妥善保管甲方所提供的有关资料，对工作中了解到的甲方的技术、机密等进行保密，未经甲方书面同意，不得泄漏、发布或转让第三方。本合同的解除和终止不免除乙方应承担的保密义务。

## 十、知识产权

乙方应对所提供的服务及递交的成果具有或已取得合法知识产权，乙方应保证所提供产品及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，否则由乙方负责解决并承担全部责任；如因此影响到甲方的正常使



