

# 2022 北京首发节合同

**委托人（甲方）：北京市商务局**

地址：北京市通州区运河东大街 57 号院 5 号楼

通讯地址：北京市通州区运河东大街 57 号院 5 号楼

法定代表人：王少峰

联系人：葛西来

联系电话：18810538661

**受托人（乙方）：北京址点科技发展有限公司**

地址：北京市海淀区翠微中里 14 号楼三层 A784

通讯地址：北京市朝阳区百子湾路 32 号苹果社区北区 3 号楼 A 座 1203

法定代表人：廖霄

联系人：陈雪源

联系电话：18614081525

就甲方的 2022 北京首发节采购项目 通过国内公开招标的方式，经评标委员会评定 北京址点科技发展有限公司（乙方）为中标人。甲、乙双方根据《中华人民共和国民法典》等国家和北京市相关法律法规的规定，本着诚实守信、合作互利原则，就甲方委托乙方开展 2022 北京首发节 服务事项签订本合同。

**本合同为小微企业预留合同。**

## **第一条 合同组成：**

下列文件构成本合同的组成部分，应该认为是一个整体，彼此相互解释，相互补充。为便于解释，组成合同的多个文件的优先支配地位的次序如下：

- a. 本合同书
- b. 中标通知书
- c. 投标文件
- d. 招标文件

## **第二条 事务概况：**

甲方委托乙方处理 / 承办 [ 2022 北京首发节 ] 事务。

具体事项如下（活动实施方案详见附件）：



- 1、北京首店经济发展报告
- 2、2022 北京首发节启动仪式
- 3、仲夏之梦·新品首发珠宝美妆专场活动
- 4、丰硕金秋·新品首发文创专场活动
- 5、冰雪之约·新品首发科技潮玩专场活动
- 6、京彩首店消费指南
- 7、首秀京城 IP 自媒体矩阵
- 8、媒体宣传推广

### 第三条 具体要求：

甲方委托乙方处理 / 承办本合同项下事务的要求：

1、委托期限：[2022] 年 [5] 月 [25] 日至 [ 2022 ] 年 [11] 月 [30] 日。

2、具体要求：

①乙方完成本合同项下事务的期限：[2022] 年 [5] 月 [25] 日至 [ 2022 ] 年 [11] 月 [30] 日；

②乙方在 [2022] 年 [5] 月 [25] 日之前以书面形式向甲方报送关于处理 / 承办事务的方案，包括但不限于乙方就处理此事务而成立的工作组织负责人及工作人员名单、履历（有资质要求要报送资质证书）、电话、策划方案、活动实施方案、主要活动地点、安全工作方案、处理突发事件应急预案，上述方案、文件、资料等属于本合同的一部分，经甲方同意后方可实施；

③乙方在履行合同过程中，按甲方要求如实向甲方汇报进展情况；如遇突发或紧急情况，应及时向甲方书面报告；

④乙方在委托期限届满后 [10] 日内，将处理委托事项全过程的文字材料、音频及视频文件、新闻报道等相关资料原件全部交付甲方；乙方履行本合同义务的全过程以及制作的作品和向甲方交付的工作成果不得侵犯第三方的知识产权及其他合法权益，亦不得未经甲方书面同意擅自使用、对外发布或提供与第三方。因本合同形成的作品相关著作权及乙方向甲方交付的工作成果的知识产权归甲方单独所有；

⑤未经甲方书面同意，乙方不得将受托事务全部或部分转委托给第三方处理；

⑥未经甲方书面同意，乙方在履行本合同过程中及履行结束后均不得将甲方提供的任何形式的资料泄露给第三方。如需在公开的活动中使用甲方提供的资料，需于活动举办[10]日前向甲方书面申请确认公开范围，得到甲方的书面允许后，方可使用；

⑦乙方对 2022 北京首发节 的安全承担全部责任；

⑧其它要求。

#### 第四条 费用支付：

1、费用总额：甲方就本合同项下的事务处理 / 承办支付给乙方的费用议定总额为人民币 [¥1320000] 元（大写：壹佰叁拾贰万元整），实际支付金额为人民币 [¥1320000] 元（大写：壹佰叁拾贰万元整）。本金额为固定价，无论发生任何情况，此金额不再增加。

2、双方同意采用以下第 [①] 种方式支付：

①分期支付：

甲方于本合同生效之日起[30]个工作日内，向乙方支付合同金额的[80]%，即人民币 [¥1056000] 元（大写：壹佰零伍万陆仟元整）；

乙方完成处理 / 承办的全部事务，经甲方验收合格且没有违约情形的，向甲方提交本合同第三条 2④、第五条 2⑥所约定的全部资料并经甲方确认后 [30] 个工作日内，甲方向乙方支付合同金额的 [20] %，即人民币 [¥264000] 元（大写：贰拾陆万肆仟元整）。以上各期费用的具体支付时间以财政将资金拨付到甲方为准，若因未到甲方账户造成甲方延期付款的，不视为甲方违约。

②一次性后支付：

乙方全部完成处理 / 承办的全部事务，且没有违约情形的，向甲方提交本合同第三条 2④、第五条 2⑥所约定的全部资料并经甲方书面确认后 [ / ] 个工作日内，甲方向乙方支付全部合同金额，即人民币 [¥ / ] 元（大写： / 元整）。

前述款项的支付需以财政资金实际拨付至甲方账户为前提，若因财政资金未能及时到账导致的延期支付，不属于违约行为，甲方不承担违约责任。

3、甲方开票信息如下：

名称：北京市商务局

开户行：中国银行通州分行

账号：319460211998

地址：北京市通州区运河东大街 57 号院 5 号楼

电话：55579336

纳税人识别号：11110000756701202G

4、乙方账号信息如下：

账户名称：北京址点科技发展有限公司

开户行：中国建设银行北京呼家楼支行

账号：11050166500000000147

**第五条 双方的权利义务：**

1、甲方的权利义务：

①甲方有权监督乙方履行本合同的全过程，并及时提出建议和改进意见；

②甲方有权对乙方提交的各类方案、名单及其他文件提出修改意见，乙方应根据甲方的意见改进相关内容；

③甲方应向乙方按时足额支付本合同第四条所约定的款项；

2、乙方的权利义务：

①乙方有权按本合同第四条约定获得相关费用；

②乙方在履行过程中必须完全遵守本合同第二条及第三条的约定，并有义务按照乙方提交的各类方案、名单及其他文件按时、圆满地完成委托事务；

③乙方应在收到甲方每期支付的合同价款后的 3 个工作日内，向甲方开具符合甲方要求的发票；

④乙方就承办本合同约定事务，履行向相关部门申请许可、备案等义务。乙方承担本合同及附件约定全部活动中的食品安全、人身、活动安全以及与活动有关的纠纷处理责任，由于活动的组织及乙方承办本合同约定事务等原因造成的人身伤害、财产损失及其他安全事故由乙方负全部责任；

⑤按照甲方提出的异议和改进意见就本合同的履行情况进行改进和完善，直到甲方认可为止；

⑥乙方应在活动结束后后的 10 个工作日内，向甲方提交活动总结、相关支出证明及明细等资料。

⑦乙方对因本合同所获取或知悉的资料和信息承担保密义务，未经甲方书面同意，乙方不得用作本合同以外事项或泄露给第三方。保密期限自获取或知悉时起直至相应资料和信息进入公知领域之时止。保密义务不因本合同的无效、变更、中止、终止而免除。

#### **第六条 不可抗力：**

1、不可抗力，是指不能预见、不能避免并不能克服的客观情况。

2、因不可抗力不能履行合同的，根据不可抗力的影响，部分或者全部免除责任，但法律另有规定的除外。任何一方迟延履行后发生不可抗力的，不能免除责任。

3、任何一方因不可抗力不能履行合同的，应当及时通知对方，以减轻可能给对方造成的损失，并应当在合理期限内提供证明。

4、如不可抗力事件持续超过【60】日的，任何一方均有权解除本合同，双方就已经履行的部分进行结算。

#### **第七条 违约责任：**

1、任何一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。

2、任何一方明确表示或者以自己的行为表明不履行合同义务的，守约方可以在违约方作出该意思表示后要求其承担违约责任，违约方向守约方支付本合同总金额的【20】%作为违约金，同时守约方有权单方解除合同，本合同自解除通知到达或应当到达违约方处时视为本合同已解除。

3、任何一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，在履行义务或者采取补救措施后，对方还有其他损失的，应当赔偿损失。

4、本合同所指的甲方的损失，包括直接损失、甲方为弥补损失所支出的费用（包括但不限于重新组织招投标支出的费用、重新签订政府采购合同支付的费用、交通费、餐饮费、住宿费等）、甲方为向乙方主张权利所支出的费用（包括但不限于聘请律师的费用、公证费、诉讼费、鉴定费等）等。

5、乙方未按本合同约定履行合同义务的，或未履行甲方委托义务并拒绝接



受甲方修改建议的，甲方有权要求乙方支付合同总金额【20】%的违约金。

6、乙方未按甲方确认的承办事务的各项方案及相关文件履行义务，或未经甲方书面认可擅自修改承办事务的各项方案及相关文件，或拒绝接受甲方对于委托项目的检查并拒绝或伪造相关项目资料的，应赔偿由此给甲方造成的损失，并向甲方支付合同总金额【20】%的违约金。

7、乙方未按本合同约定时间完成合同各项义务的，明确表示或者以自己的行为表明不履行合同义务的，应赔偿由此给甲方造成的损失，并向甲方支付合同总金额【20】%的违约金，逾期履行合同义务超过【30】日的，甲方可单方解除本合同，乙方应退还甲方已支付费用，尚未支付的费用甲方不再支付。

#### 第八条 争议解决：

因本合同引起的或者与本合同有关的一切争议，双方应当首先友好协商解决。协商不成的，双方同意按以下第[1]种方式解决：

- 1、向甲方住所地有管辖权的人民法院提起诉讼；
- 2、向北京仲裁委员会申请仲裁。

#### 第九条 其它：

1、本合同履行过程中如有变更或者补充，必须以书面形式签订变更或者补充协议。

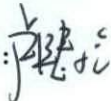
2、本合同附件及变更或者补充协议均是本合同不可分割的一部分，与本合同具有同等法律效力。

3、本合同经双方法定代表人或授权代表签字，并加盖公章后生效。

4、本合同一式[五]份，甲乙双方各执[二]份，招标代理机构执[一]份，具有同等法律效力。

附件： 2022北京首发节活动方案

甲方（盖章）：北京市商务局

法定代表人或授权代表（签字）：

2022年5月26日

乙方（盖章）：北京市址点科技发展有限公司

法定代表人或授权代表（签字）：

2022年5月24日



附件

## 2022年北京首发节活动方案

为了持续推进北京国际消费中心城市建设，加大国际品牌引进和本土品牌培育，扩大中高端消费供给，满足消费者个性化、多样化、品质化消费需求，大力发展首店首发经济，市商务局拟举办2022北京首发节活动，特制订本活动方案。

### 一、组织机构

北京市商务局

### 二、活动主题

悦享消费·京彩未来，2022北京首发节

### 三、活动时间

拟定2022年5月至2022年11月

### 四、活动地点

拟定国贸商城、三里屯太古里、王府井、华熙live·五棵松、SKP&SKPS、丰台万达、首钢园等全市10余个商圈或地标商业

### 五、活动亮点

#### （一）高流量

首秀京城微信、抖音、小红书等高流量平台，以专访图文、视频探店等形式，强势推广北京首店及新品。

#### （二）强带货



首店新品及优惠产品发布，通过带货主播强推，让消费者持续关注北京首店及新品，并有效提高商家销售额。

### （三）引关注

通过京彩首店打卡、线下系列活动、线上系列活动、矩阵媒体整合等多元方式，让更多的消费者关注首店，走进品牌首店。

### （四）享政策

持续关注首店市场动态，捕捉首店经济数据，定期整理、分析、撰写《北京首店经济发展报告》。并与政府、机构、媒体保持联系，及时获取北京首店最新政策，并协助北京首店政策申报。

## 六、活动规划

### （一）按各季度和年度撰写《北京首店经济发展报告》

《北京首店经济发展报告》将整合渠道资源，全维采集首店经济数据，构建北京首店经济发展研究体系，打造北京首店经济发展智库。通过整理分析首店增长、业态分布等数据，为区域商圈精准提升和首发品牌的高效落地提供依据，为我国消费经济增长提供可复制可借鉴的案例经验。

#### 1、报告名称

《2022 北京首店经济发展报告》

#### 2、报告周期

季报、年报

### 3、报告规划

(1) 首店经济概述

(2) 北京新增首店的基本情况（报告期内）

(3) 新增首店的品牌分布情况（报告期内）

(4) 新增首店的商圈分布情况（报告期内）

(5) 新增首店的业态分布情况（报告期内）

(6) 北京存量首店发展情况（2019年、2020年、2021年，以及关于全国其他城市首店对比情况）

(7) 北京首店经济的特点和趋势（报告期内）

#### (二) 策划四场线下首发主题活动

根据北京春、夏、秋、冬四个季节，选取北京东、南、西、北四大最具代表性的商圈和地标商业，定制策划四季首发系列主题活动。系列活动首发品牌将涵盖服装、首饰、美妆、珠宝、文创、科技等消费品类，引进国际一线、国际知名、国内、国潮、国货等千余家品牌，打造传统文化表演、新品秀场、京彩打卡、舞蹈快闪、非遗互动体验、造物市集、主题直播、主播探店等创新形式，为消费者带来沉浸式体验、文化交流、智能科技元素等升级体验，切实将消费升级融入北京首发节，打造一场见证京彩、成就京彩的首发消费盛宴。

#### 1、2022北京首发节启动仪式

(1) 活动时间（拟定）：2022年6月

(2) 活动地点（拟定）：国贸

(3) 活动内容：联合国贸商城，举办北京首发节启动仪式，整合商圈及首店资源，制定首店地图打卡及消费激励机制，活动当天拍摄活动氛围快闪，推出品牌新品服装首秀展示等活动，并在“首秀京城”小程序发布商圈首店，开启首店打卡活动。同时借助北京首发节及商圈线上线下媒体资源，对活动及首秀京城小程序进行全面宣传。

## **2、仲夏之梦·新品首发珠宝美妆专场活动**

(1) 活动时间（拟定）：2022年7月

(2) 活动地点（拟定）：丰台槐房万达

(3) 活动内容：联合丰台槐房万达及其他区域8家万达广场，举办仲夏之梦·新品首发珠宝美妆专场活动。活动期间将发放消费券超300万元，同时还将遴选华为、百丽、波司登、李宁、屈臣氏、永辉超市等优秀品牌共同发声，助力首发节。

## **3、丰硕金秋·新品首发文创专场活动**

(1) 活动时间（拟定）：2022年8月

(2) 活动地点（拟定）：六工汇

(3) 活动内容：联合六工汇，举办丰硕金秋·新品首发文创专场活动。活动当天大型古筝弹奏表演，文创市集、文创新品推广、现场泥塑手工等活动。抖音博主现场直播，带动活动气氛。

## **4、冰雪之约·新品首发科技潮玩专场活动**

(1) 活动时间 (拟定): 2022 年 10 月

(2) 活动地点 (拟定): 北投购物公园

(3) 活动内容: 联合北投购物公园, 举办冰雪之约·新品首发科技潮玩专场活动。活动当天潮流玩物与手办物品相结合展出, 现场 cosplay 快闪录制与 cosplay 表演烘托活动气氛, 互动区为 cosplay 换装体验, 抖音同步直播。

### **(三) 定制多类型线上首发系列活动**

线上首发系列活动将探索与北京电视台、抖音、微信等平台的合作模式, 实现线上、线下联动的社交裂变, 通过“首秀京城”IP 及直播等宣传渠道, 打造北京首发节自有流量阵地, 实现宣传引流, 赋能首店经济发展。

#### **1、“首秀京城”小程序**

(1) 优化小程序功能模块, 发布“京彩首店”打卡指南, 实现首店打卡功能, 精准服务北京首发节及品牌首发首秀。

(2) 打造移动端小程序专题页面, 打造“北京首发节”首店首发专场栏目, 全面整合北京首发节媒体报道及最新动态, 塑造首发节品牌形象。

(3) 打造北京首店经济自有平台, 小程序未来将覆盖展示、交易、社群等多项功能, 促进首店经济闭环生态。

#### **2、京彩首店消费指南**

##### **参与方式**

登录“首秀京城”微信小程序，查找店铺信息，并到店消费，然后根据【打卡规则】参与即可。

### 活动时间

2022年4月-2022年11月

### 打卡规则

1、用户在【首秀京城】小程序中查找到首店信息后，到店内消费并在店内定位打卡、上传店铺真实照片后即可点亮地图上商家。

2、活动期间内，用户每累计点亮5家首店，即可获得一次转盘抽奖机会。

3、活动期间内，用户每累计点亮30家首店，即可获得年终大礼包一份。

4、同一用户每天可打卡多家首店。

5、打卡时间：以店铺营业时间为准。

6、若您对本活动规则有任何疑问，请联系010-57428008进行咨询（工作时间：09:00-18:00）。

7、本次活动中店铺提供的产品（包括但不限于商品的质量、服务标准、售后情况等）、优惠信息最终解释权归店铺所有。

8、本次活动最终解释权归【首秀京城】小程序所有。

### 3、“首秀京城”抖音号与视频号

(1) 完成“首秀京城”抖音号及视频号账号优化。

(2) 明确账号定位，制定运营规划，打造“北京首发节”首店首发专场栏目，高效发布北京首发节相关话题，实现线上线下互动的营销裂变。

(3) 加强优质内容输出，2022年4月至10月集中发布北京首发节相关内容，内容涵盖首店品牌宣传、新品体验等，规划有各领域博主首店探店Vlog等短视频原创内容，全面实现对新场景、新技术、新模式的创新应用。

#### 4、“首秀京城”微信公众号及自媒体矩阵

(1) 完成微信公众号与自媒体账号页面优化。

(2) 明确账号定位，制定运营规划，账号除服务于北京首发节外，同时服务于北京首店经济发展，定期发布首店首发内容，打造线上线下互动的营销裂变。

(3) 2022年5月至10月期间集中发布北京首发节相关内容，内容涵盖首店品牌宣传、新品体验等内容。

#### (四) 抖音首店专题

(1) 邀请北京本地达人@北京大妈有话说(441w, 代表退休人群)、@羽仔(199w, 代表北漂人群)、@京城大嘴王(51w, 老北京人, 拍摄过探访冬奥村登上热点)、@麦爸带娃玩北京(56w, 代表亲子人群)、@阿诺 action(122w, 技术流拍摄风格, 邀请过拍摄服贸会)按照适合达人品类的首店进行探店, 核心围绕“原来北京是这样的国际消费中心城市”;

(2) 针对餐饮类首店，抖音推出“达人库”，在“达人”推荐视频中，挂出店铺优惠链接，通过“达人”流量帮助商家推广

(3) 视频发布后，抖音帮助视频集中推上热点。

## 七、活动推广

北京首发节通过电视、广播、纸媒、网媒、新媒体等多种渠道，推广“北京首发节”新闻话题，扩大活动宣传声势，营造新品体验氛围，打造首店首发线下互动浪潮。

### (一) 宣传形式

宣传形式以网络新媒体传播为主，通过精准投放，让更多的消费者参与活动。同时邀约主流媒体现场采访报道。

### (二) 宣传阶段

#### 1、活动预热

制造活动热点，提前预热活动内容亮点。

#### 2、信息爆发

以新品首发首秀活动为爆发点，全面掀起活动宣传攻势，制造新闻点，实现阶段性宣传浪潮。

#### 3、后续报道

总结活动成果，跟踪报道活动带来的社会、行业影响。

### (三) 合作媒体和平台

#### 1、传统媒体

BTV 北京电视台、FM103.9 交通广播、中国经营报、新京报、北京日报、北京晚报、北京青年报等。

## 2、主流媒体

新华网、人民网、中新网、千龙网、光明网、网易、新浪、搜狐、凤凰、腾讯、和讯、中国经济网、北京青年网、中青在线、环球网、央视网、中国日报网等。

## 3、社交平台

朋友圈、视频号、公众号、小程序等。

## 4、短视频平台

抖音等。

## 八、活动绩效目标

本届首发节将构建“首秀京城”全媒体 IP，将通过“首秀京城”举办四大主题秀场+多场次全城商圈联动的新品首发宣传活动，预计活动宣传及实施覆盖人群超过 5000 万人次，参与品牌 300 家以上，参与商圈及品牌企业销售额 120 亿元左右，同比增长 15%左右。以主播探店、新品种草直播等方式，线上+线下共同首发，用“直播带货”的方式激活消费市场潜力，全面呈现北京首店新品的动态。同时开通展示、交易、社群等多项功能，构建北京首店自有流量阵地，助力品牌首店和新品宣传推广。