

政府采购合同

合同编号：

项目名称：搭建促消费平台项目 01 包

甲方：北京市商务局

法定代表人：王少峰

住所：北京市通州区运河东大街 57 号院 5 号楼

乙方：北京时装之都文化传播有限责任公司

法定代表人：王新立

住所：北京市朝阳区团结湖南里 17 号团结湖大厦 8 层

签署日期：2022 年 5 月 23 日



(一) 合同协议书

甲方(采购人)北京市商务局 所属 搭建促消费平台 (项目名称)项目,以 公开招投标 方式进行采购,经过合法合规的采购程序,确定乙方 北京时装之都文化传播有限责任公司 为中标人。甲、乙双方根据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国政府采购法》和其他国家法律、法规的规定,并按照公正、平等、自愿、诚实信用的原则,同意按照以下条款和条件,签订本合同。

本合同(01包 是 否、02包 是 否)中小企业预留合同。

1、合同文件及优先解释顺序

1.1 本合同由下列文件共同构成并视为一个整体,彼此相互解释,相互补充。各合同构成文件的优先解释顺序如下:

- a.本合同协议书;
- b.合同一般条款;
- c.合同附件;
- d.合同补充协议(如有);
- e.中标人的投标文件(含澄清文件);
- f.本项目招标文件(含招标文件补充通知、澄清文件)。

1.2 本项目合同按照招标文件要求和中标人投标文件中的承诺进行签订。

1.2.1 对于同一事项在中标人投标文件中的承诺优于招标文件要求的,或招标文件中未提出明确要求的事项,均以中标人投标文件内容为准。

1.2.2 对于招标文件中提出明确要求,但中标人投标文件中不满足或不一致的相关内容,按如下原则处理:若中标人投标文件商务条款偏离表和采购需求偏离表中明确表示无偏离、或未明确提出偏离的,均以招标文件要求为准,否则以中标人投标文件内容为准。

1.3 本合同及附件的订立、效力、解释、履行、争议的解决等适用本合同签订时有效的中华人民共和国法律、法规的有关规定。

1.4 在本合同履行期间,因中国法律、法规、政策的变化致使本合同的部分条款冲突、无效或失去可强制执行效力时,双方同意将密切合作,尽快修改本合同中相冲突或无效或失去强制执行效力的有关条款。

2、合同标的及质量要求

合同内容（标的）及采购数量：搭建促消费平台项目 01 包

3、合同总价

本合同总价款为人民币 481000.00 元（大写肆拾捌万壹仟元整）。其中分项价格见本项目中标人的投标文件。

4、付款方式

签订合同后，甲方于 15 日内向乙方支付合同结算金额的 95%，剩余 5% 于活动结束后且经甲方全部验收合格后 15 天内向乙方支付。

上述费用的支付须以相应财政款项拨付至甲方账户为前提，因财政款项未到账而发生延期支付的，不属于甲方的违约行为。

4.2 如果约定的甲方付款日期处于甲方年终封账期内（封账期一般为每年的 12 月 10 日至次年国家财政部门下拨款项之日），甲方将顺延到封账期后付款，并将不承担延迟（逾期）付款的违约责任。

4.3 乙方收款账户：

户名	北京时装之都文化传播有限责任公司
开户银行	中国银行北京金台路支行
指定账号	3389 5603 2197

4.4 上述款项由甲方按期汇入乙方在本合同中指定的账户，乙方在每次申请付款时，先向甲方出具正式的等额增值税普通发票，乙方开具的增值税发票价税合计金额应与甲方实际支付的价税合计款项一致。

5、本合同提供货物及服务的时间及地点

时间：自合同签订之日起至本项目下的全部工作完成为止。

地点：根据采购需求中要求的地点。

6、验收要求

本合同验收包括活动前期策划、活动执行、活动结束后共三个阶段。各阶段验收条件、验收标准如下：通过参与活动、查阅项目实施方案、总结报告、满意度调查报告、活动视频和照片等相结合的方式开展验收。

7、质保期要求

本合同项下货物及服务的质量保证期为自验收合格之日起至项目结束。

8、履约保证金（本项目不适用）

9、违约责任及违约金额度

9.1 合同生效后，乙方因自身原因单方面解除本合同的，需全部退还甲方已支付的合同款项，并向甲方支付本合同总金额 5% 的违约金，违约金不足以弥补甲方因此发生的所有费用及损失的，乙方应继续赔偿。其中，乙方因技术人员调整或流动、技术设施故障，或因注销、吊销、经营困难等原因，无法完成本合同项目时，乙方应在上述原因成立之日起 7 个工作日内 书面通知甲方，否则乙方需双倍退还甲方已支付的全部款项，并向甲方支付本合同总金额 5% 的违约金，违约金不足以弥补甲方因此发生的所有费用及损失的，乙方应继续赔偿。

9.2 其余违约责任，详见本项目合同一般条款的规定。

9.3 如乙方未按合同规定的时间内完成搭建任务，或现场施工与方案设计还原度未达到 95%（含）以上，乙方按照本项目合同一般条款第 10.3 条承担违约责任。

9.4 如乙方未能在进馆前将制作品运输到目的地，所造成的加班等费用由乙方承担。

9.5 对于因采购人原因导致变更、中止或者终止政府采购合同的，采购人应当依照合同约定对供应商受到的损失予以赔偿或者补偿。具体约定如下：按实际发生的损失金额予以赔偿，届时合同乙方须提供有效证据。

10、合同争议的解决方法

10.1 因合同履行中发生的争议，合同当事人双方可通过协商解决。协商不成的，双方均同意选择以下第 10.1.2 种方式解决：

10.1.1 双方均同意向北京仲裁委员会申请仲裁；

10.1.2 双方均可向甲方所在地人民法院提起诉讼。

10.2 仲裁裁决应为最终裁决，当事人一方在规定时间内不履行仲裁机构裁决的，另一方可以申请人民法院强制执行。

10.3 仲裁费用和诉讼费用除仲裁机构另有裁决外，应由败诉方负担。

11、合同的生效及终止

11.1 本合同经甲乙双方法定代表人或授权代表签字并加盖单位公章之日起生效。

11.2 本合同乙方完成全部合同内容（含撤展服务，如展会主办方要求），且合同甲方支付完成全部合同价款，本项目终止。

11.3 如由于乙方不服从展会主办方的管理要求，而对采购人造成不良社会影响的，采购人有权终止本项目合同，并保留追究乙方相关责任及要求赔偿损失的权利。

12.合同数量及合同附件

12.1 合同数量：本合同一式四份，具有同等法律效力。其中，甲乙双方各执二份。

12.2 本合同附件包括：活动方案

甲 方：北京市商务局

名 称：(公章)



乙 方：北京时装之都文化传播有限责任公司

名 称：(公章)



法定代表人或授权代表(签字):

2022年5月23日

法定代表人或授权代表(签字):

2022年5月23日

(二) 合同一般条款

项目名称：搭建促消费平台项目 01 包

甲方（采购人）：北京市商务局

乙方（中标人）：北京时装之都文化传播有限责任公司

一、定义

本合同下列术语应解释为：

1.1“合同”系指甲、乙双方签署的，载明甲、乙双方权利义务的协议，包括本项目合同协议书中提到的构成合同的所有文件。

1.2“合同总价”系指按照合同约定乙方正确地且完全地履行合同义务后甲方应支付给乙方的全部货款或报酬。

1.3“货物”系指按照合同约定乙方须向甲方提供的一切硬件设备、材料（包括主材和辅材）、软件（包括成品软件和针对本项目定制开发的软件）等。

1.4“服务”系指按照合同约定乙方承担的与供货或项目建设有关的服务，如安装、调试、技术支持、应急处理、日常服务、维修，以及合同规定乙方应承担的软件开发、集成服务等其它义务。

1.5“系统”是指由按照合同约定乙方向甲方提供的，由货物和服务构成的、能实现甲方采购技术需求、具有一定架构和功能的有机整体。

1.6“甲方”或“采购人”系指通过采购，接受合同货物、系统及服务的单位。本合同中的甲方见合同协议书。

1.7“乙方”或“中标人”系指成交后提供合同货物、系统和服务的供应商。本合同中的乙方见合同协议书。

1.8“到货验收”系指乙方按甲方要求运到甲方指定的交付地点后，甲乙双方共同对货物的数量、包装、规格和单件质量进行验收，包括开箱加电调试，所有指标符合合同条款、招标文件、投标文件以及“原厂商”产品指标的内容（如上述文件内容发生冲突，以性能最优的文件为准），验收合格后由甲乙双方签署验收合格报告（到货验收）。

1.9“原厂商”系指货物生产厂家或其在中国境内设立的办事或技术服务机构。除另有说明外，本合同所述的生产厂家、货物制造商、制造厂家、货物制造厂家，均为原厂商。不具备产品商标和定价权的 OEM 代加工厂不是原厂商。

1.10“产地”系指货物的生产地，或提供服务的来源地。

二、合同甲乙双方的权利和义务

2.1 甲方权利和义务：

除本合同其他条款的规定外，甲方同时享有以下权利并履行以下义务：

2.1.1 配合乙方确认项目实施需求；

2.1.2 对向乙方提供的资料、数据的真实性、合法性负责；

2.1.3 协调乙方与其他协作单位的关系；

2.1.4 及时进行各项确认和验收工作；

2.1.5 指定专人负责与乙方的合作事宜；

2.1.6 及时按照合同规定向乙方支付合同款项，收到乙方出具的等额增值税专用发票后，甲方须在规定的期限内及时完成确认工作。如有问题，须及时跟乙方沟通。

2.1.7 甲方有权监督乙方履行本合同义务的全过程，并提出改进的意见和建议。

2.2 乙方权利和义务：

除本合同其他条款的规定外，乙方同时享有以下权利并履行以下义务：

2.2.1 制定项目实施方案，确定各阶段的工作计划等；

2.2.2 按照合同规定的质量和进度，以及甲方审核同意的实施方案、各阶段工作计划及验收方案等，负责项目建设的组织和实施工作；

2.2.3 保证所提供的服务与本合同的规定一致，并负责本项目要求的其他服务；对于甲方提出的改进工作的意见和建议，乙方应立即进行整改，直到甲方认可为止；

2.2.4 为项目提供应急预案，确保项目在紧急情况下的正常、安全运行；

2.2.5 承担保密责任和义务，未经甲方同意，乙方单位及参与开发的人员不得向第三方泄露项目的任何情况和资料，或者将项目的任何情况和资料用于本合同以外的目的。具体保密事项及相关要求见保密条款；

2.2.6 乙方开具的增值税专用发票应是正式的等额增值税专用发票，增值税专用发票价税合计金额应与甲方实际支付的价税合计金额一致。乙方应保证在增值税专用发票开具之日起 5 个工作日内将增值税专用发票送达甲方；

2.2.7 乙方须严格遵守展会主办方（承办方）制发的《参会须知》等有关规定；若乙方违反上述规定，由此产生的相关责任由乙方独立承担。如甲方代为承担赔偿责任的，有权向乙方追偿。

2.2.8 本合同规定的其他责任和义务。

三、税费

3.1 中国政府根据现行税法向乙方征收的与履行本合同有关的一切税费由乙方支付。

3.2 发生在中国境外的，与履行本合同有关的一切税费，应由乙方承担。

四、质量保证

4.1 乙方所提供货物、服务的技术规格和指标参数应与本项目招标文件要求的和中标人投标文件中的承诺相一致，但由于客观原因经甲乙双方书面确认同意调整的除外（调整后须优于调整前）。若上述文件中的技术规格中无相应规定，则应符合相应的国家标准或其原厂家最新颁布的相应正式标准。

4.3 乙方须保证乙方履行合同义务的全过程以及甲方在使用乙方提供的产品、服务及其任何组成部分时具有合法性，并且不侵害任何第三方知识产权（包括但不限于专利权、商标权、工业设计权以及其他知识产权）。否则，乙方须承担全部责任并负责妥善处理，给甲方带来损失的还须赔偿甲方相应损失。

五、货物包装运输

5.1 货物运到甲方指定地点的运输费用和保险费用均由乙方承担。运输过程中的一切损毁均由乙方负责。乙方承担履行本合同义务过程中的全部安全责任。

六、验收

详见合同协议书相关规定。

七、服务

乙方须按本项目招标文件要求和中标人投标文件中承诺的标准提供相应的服务。

八、知识产权

乙方确认并同意，除乙方固有或独立研发、创造的相关知识产权外，本合同项下所涉及之著作权、设计所有权、专利权、文件、图纸、方案、商标、商业机密，及其他涉及知识产权和其他相关权利应属于甲方单独所有，乙方保证履行本合同义务的全过程以及提交给甲方的文件没有侵犯第三方知识产权等合法权益。乙方应自行确保维护甲方的知识产权，保证甲方知识产权不存在任何争议，如果任何第三方对此提出起诉、仲裁或以其它方式追究侵权责任，由乙方承担全部责任。

同时乙方同意，在没有得到甲方的事先书面许可，决不擅自以任何方式使用任何该款中涉及的属于甲方的知识产权，并不得以任何方式获得或设法获得甲方知识产权

的任何权利和利益。

九、不可抗力

9.1 任意一方由于战争、地震、水灾、火灾、暴风雪或其他不能预见、不能避免且不能克服的原因而不能执行合同时，履行合同的期限应予以延长，延长的期限应相当于事故所影响的时间。不可抗力系指双方在缔结本合同时所不能预见，并且它的发生及其后果是无法避免和无法克服的。

9.2 遇有上述不可抗力的一方应在不可抗力发生后尽快用电报、传真或电传通知对方，并于发生不可抗力之日起 14 日内将不可抗力发生地区的第三方机构出具的证明文件用特快专递或挂号信寄对方审阅确认。一旦不可抗力事故的影响持续 120 日以上，双方应通过友好协商在合理的时间内达成进一步履行合同的协议。

9.3 如协商不成，就不可抗力所造成影响程度甲方有权决定是否继续履行或者终止本合同。如果甲方决定终止合同，如甲方已经付款，乙方应在扣除实际发生的有确切合法有效单据证明的费用后在 3 日内向甲方返还余款。如甲方未付款，甲方应在乙方开具正规发票后 60 日内向乙方支付不可抗力发生前产生的实际费用。

十、违约责任

10.1 甲方应按期、足额支付本合同项下应付款项。如无故逾期，则每逾期一日，应向乙方支付应付未付部分万分之五的违约金。

10.2 如乙方制作或搭建的展台质量不符合合同的约定，应及时改正，如因此给甲方造成损失，向甲方支付本合同总金额 5% 的违约金，违约金不足以弥补甲方损失的，乙方应继续赔偿。

10.3 由于乙方责任，未按本合同规定的时间完成展台的制作和搭建，从而影响了展台的按时竣工和使用，乙方应按本合同总金额 2 倍向甲方支付违约金，违约金不足以弥补甲方损失的，乙方应继续赔偿。

10.4 乙方保证具备签署和执行本合同的权利和权限，保证具备实施本工程的合法资格和能力，并保证在整个工程施工过程中该资格的有效性。如甲方发现乙方违反此保证，则甲方可随时解除本合同，并要求乙方退还已支付的款项，并向甲方支付本合同总金额 5% 的违约金，违约金不足以弥补甲方损失的，乙方应继续赔偿。。

10.5 乙方将本协议项下的全部或部分义务转让给第三方履行的，甲方有权解除合同，要求乙方退还已支付的款项，并要求乙方按照本合同总金额 30% 的标准支付违约金。

10.6 本合同中约定的“给甲方造成的损失”，是指因乙方违约行为给甲方造成的全部直接损失、间接损失以及因理赔或者诉讼所发生的一切费用，包括但不限于诉讼费、律师费、公证费、调查费、差旅费等甲方因维护权利支出的费用以及甲方承担法律责任所造成的全部损失。

十一、保密条款

11.1 乙方应对直接或间接提供给甲方或其代表，或由甲方提供的下列各类材料（简称“保密信息”）高度保密：与合同相关的各类信息、文件、计划书、图纸、竣工图、计划和规范，包括但不限于初步设计文件、具体设计文件、施工文件等。除非得到甲方的事先书面授权，乙方不得复制、显示、外借、销售、公布上述保密材料或与其他任何第三方讨论上述保密材料。

11.2 乙方应只在本合同规定范围内对保密信息进行使用。除上述目的之外，乙方不得为自己之用途或任何目的而使用。如果乙方对保密信息未经授权而使用或者违反本合同向任何第三方披露的，甲方有权立即以司法救济或任何其他合法的方式获得救济，乙方对因此造成的甲方损失承担全部赔偿责任。本条中乙方的责任自然延及到乙方的员工以及其他相关人员。

11.3 本保密条款具有独立性，不受本合同的终止或解除的影响。

十二、工程负责人和工伤事故

12.1 乙方应指派专人负责现场施工，甲乙双方共同监督本合同的执行，办理中间交工验收手续及其他事宜。

12.2 乙方有责任教育施工人员严格执行操作规程，安全施工，防火防电防盗。因乙方管理不善或其他非甲方原因造成的任何伤亡事故和其他损失，均由乙方负责，乙方不得因此影响工程进度。

十三、争议的解决

本合同的订立、效力、解释、履行及争议的解决等均适用中国法律。甲乙双方因本合同的履行发生争议时，应及时协商解决，协商不成的，双方均可向甲方所在地人民法院提起诉讼。

十四、合同修改、转让、分包的限定

14.1 对本合同条款做出的任何改动，均须由甲乙双方签署书面补充协议。

14.2 除甲方事先书面同意外，乙方不得全部或部分地转让其应履行的合同义务。

14.3 乙方未经甲方书面同意不得将本合同项目的整体或部分进行转包、分包。

2022 北京消费季

“一刻钟品质生活节”活动方案

2021年，国家商务部联合相关部门先后印发《关于推进城市一刻钟便民生活圈建设的意见》《城市一刻钟便民生活圈建设指南》，计划到2025年建设一批商居和谐便民生活圈，增强人民群众获得感、幸福感、安全感，提升民生服务的满意度。北京市东城区、石景山区列入全国首批一刻钟便民生活圈试点。我市在巩固便民商业服务功能社区全覆盖基础上，加快推进一刻钟便民生活圈建设。

一、活动目的

2022北京消费季期间，全新打造“一刻钟品质生活节”，旨在为生活服务业企业搭建促消费平台，加快生活服务业企业恢复发展，进一步激发社区商业新活力。同时，也为建设一刻钟便民生活圈夯实市场基础，在巩固基本便民商业服务功能社区全覆盖基础上，对标世界级生活圈业态和功能，助力北京国际消费中心城市和国际一流的和谐宜居之都建设。

二、活动概述

以“一刻钟圈出美好生活”（A Quarter-Hour Shapes a Better Life）为主题，突出“便利、品质、温度、智能、多元、跨界”等关键词，在全市范围内，围绕一刻钟时空半径，组织开展涵盖美发美容、美食茶饮、服装服饰、家政维修等行业系列促消费活

动。活动贯穿全年，以新品发布、创意市集、直播探店、发消费券等形式展开，提升社区消费商品和服务品质，增强人民群众幸福感和获得感。

三、组织机构

主办单位：北京市商务局

支持单位：中国建设银行北京市分行

四、主要活动安排

（一）第一季度（1项活动）

活动一

名称：“焕发一新、美伴你型”主题消费月

时间：2022年3月4日—3月31日

内容：重点围绕农历“二月二”和“3.8”妇女节，联合建设银行北京市分行，组织四联美发、木北造型、进巍美甲、河狸家、诗美逸、京都薇薇等美业品牌企业，推出打折、买赠、直播、展演、义剪等活动，为广大消费者提供高品质的美发、美甲、美容服务，同时，物美十分有型百余家门店针对中老年群体推出1元理发便民活动。

（二）第二季度（5项活动）

活动二

名称：一刻钟品质生活论坛（首届生活服务业大会）

时间：2022年6月

地点：首钢园

内容：论坛将围绕北京生活性服务业的特色优势和发展方向，对标和借鉴海内外先进城市和地区相关领域的优秀经验和做法，邀请专业机构分享对生活服务业的理解与洞察，聚焦数字化、平台化、连锁化，对衣食住行所涉及的垂直传统行业，近年来新兴的行业业态及潮流趋势，以及“国际消费中心城市”、“一刻钟便民生活圈”“低碳生活”等热点话题进行探讨，同时发布北京钻级餐厅消费指南、生活服务业发展报告等。

活动三

名称：亲子家庭“社区公园”露营活动

时间：2022年6月1日—6月5日

地点：大型社区街心公园

内容：六一儿童节当天在某大型社区街心公园里通过搭帐篷露营、玩游戏、亲子市集、亲子阅读、亲子品牌专场发布，让家长 and 孩子们“近”情放松。透过互动分享，让父母和孩子亲自体验分享的乐趣，也给各位妈妈带来了交流厨艺的契机。同时能够让孩子更好地提高交往潜力、动手实践能力，帮孩子们学会沟通、协作、关爱和感恩。集合北京本地餐饮企业儿童餐信息，将儿童餐汇集成篇集中展示，发布“宝宝外出就餐攻略”，解决带娃家庭外出点餐痛点，鼓励企业将儿童餐上线，增加消费频次，促进消费增长。

活动四

名称：健康新“食”记

时间：2022年5月-7月

内容：联手外卖、美食点评类互联网平台、电商平台、银行机构等为健康餐、轻食菜品打造专属福利，联手发放百万补贴；集合本地优质餐饮品牌，推出“健康吃出来 美味新选择”明星菜品，将健康美味菜肴印制海报张贴门店，列入点餐推荐选项，促进销量增长。结合北京本地优美景色开发“地质文化创意美食”，召开新品发布会，打造出圈美味，吸引客群到地打卡消费。

活动五

名称：饮品烘焙新 CP 下午茶未来可期

时间：4月-9月

内容：联合建行生活、外卖等平台发起夏日清凉饮品促销活动，开设专区集合市场茶饮品牌千余门店针对下午茶爆品进行线上买一赠一等优惠放送。联合星巴克、麦当劳、奈雪、瑞幸、Tims等业界茶饮品牌大咖，开展夏日茶饮市场消费趋势品鉴交流会，同时发布下午茶市场发展趋势报告，推出茶饮品牌与本地老字号合作联名款。线下汇集下午茶各式饮品与茶点开展创意集市，号召北京各餐饮品牌推出自己的一饮一点套餐，组合精致下午茶新cp。

活动六

名称：“京港澳”青年品质生活季

时间：2022年5月—7月

地点：待定

内容：以品质生活节为契机，做好青年服务、凝聚引领青年，引导青年，服务青年，打造活力的城市青年文化，凝聚京港澳台青年与来自全国的青年一起逛集市、品美食、听音乐、品文化，展示并推介各自家乡特色，共同感受传统文化的博大精深，加深彼此文化交流，增强中华文化共情。

（三）第三季度（4项活动）

活动七

名称：国际消费·品质北京——优质服务品牌进社区

时间：2022年5月、9月

地点：百姓生活相优质的生鲜、食品、日化、针织等商品；老字号服务区让居民体验百年不变的经典服务；数字生活服务区为社区居民提供维修、家政、洗衣、药店、生鲜等生活服务的同时，与银行合作宣传推广“数字人民币”，现场搭建数字货币的内容介绍，让更多的社区居民了解数字货币；科技文化体验区通过邀请科技产品展示（智能机器人等）与北京礼物、国潮、非遗传承等文创产业的品牌相结合，为社区居民带来丰富的国潮内容，让更多消费者了解文创产品，并让居民体验形式各异的科技文化

体验。

活动八

名称：品质生活系列发布 SHOW

时间：2022年9月

地点：望京小街、中粮祥云小镇等社区商圈

内容：选取地处于住宅圈和商业圈环绕的购物街区举办流行趋势发布、市集展览活动，其中包含妆发造型、泳衣、婚纱、生活家居、宠物等生活品类，让社区商业的活动内容更加时尚丰富，从而更好的激发消费活力。

活动九

名称：早餐北京 开启品质生活

时间：2022年8月-11月

地点：线下门店+线上平台

内容：联合嘉和一品、南城香、和合谷以及便利蜂、罗森、星巴克、COSTA等企业联合推出早餐便民计划，联合建行生活、美团、饿了么等线上平台推出一元吃早餐等优惠活动。同时，联合抖音开展“一朝一食 早餐北京”系列探店活动，将百姓生活区域周边接地气儿的四九城早餐做成系列合集连续发布，讲述品牌故事，详谈早餐特色，增加消费频次，为门店引流。

活动十

名称：发布“一刻钟便民生活圈”研究报告

时间：2022年9月

地点：服贸会期间

内容：围绕本市一刻钟便民生活圈建设及品质生活圈活动开展情况，发布“1+2”课题研究报告，1即“生活服务业转型升级目标体系”，2即“一刻钟便民生活圈评价体系+世界美食之都研究报告”。梳理我市生活性服务业现状，对标上海、深圳及日韩先进城市，分区、分业态提出量化指标，突出国际视野、北京特色、市民感受。借鉴国家部委、兄弟省市相关政策文件，提出符合我市实际的政策措施。

(四) 第四季度 (3项活动)

活动十一

名称：寻找“京范儿”特色小店

时间：2022年10月

地点：全市范围内

内容：《时尚北京》杂志联合大众点评、抖音、小红书等线上平台，共同推出探寻北京特色小店专栏，邀请知名网红、记者、名人一起寻找北京特色小店，美食小店、艺术小店、零食小店等，深度挖掘有意思，有味道的北京小店，由北京市民汇制老百姓自己的小店消费地图。

活动十二

名称：京城夜宵不打烊

时间：2022年8月-11月

地点：全市范围内

内容：集合金鼎轩、马华拉面、肯德基、麦当劳等二十四小时营业门店优惠促销信息，推出一刻钟夜宵攻略；线上与美团、饿了么等外卖平台发起不打烊夜宵专区，为消费者发放福利补贴；拍摄发布“京城夜宵走起”系列视频，探店各类创意品质夜宵美味新选择，为消费者提供多元化消费体验。

活动十三

名称：发布一刻钟品质生活节数据看板

时间：2022年12月

内容：联合建行开发一刻钟品质生活节数据看板，收集全年各项活动信息，梳理、汇总各项活动参与品牌、人次、销售额等数据，评选最受欢迎商家等，汇总分析全年活动成果，为下年度一刻钟品质生活节活动提出意见建议。

五、宣传推广

创意设计一刻钟品质生活节整体VI视觉系统，并延展出一系列展示形象；

借助北京消费季宣传平台着重宣传品质生活节内容；

设计制作品质生活节宣传册及各指定活动现场统一宣传形象海报、背板、易拉宝等；

开设品质生活节活动新媒体平台：微博、微信公众号、视频号、小程序等，活动期间保持正常推送及运营维护；

活动启动前、活动进行中、活动结束前等几个重要节点在微信朋友圈、新浪微博、抖音等新媒体平台进行宣传推广；

邀请媒体参与报道品质生活节系列活动，加大视频媒体报道力度如爱奇艺、腾讯视频等。传统媒体和新媒体同步宣传，重点注重移动端媒体的报道，如小红书、抖音、今日头条、腾讯新闻等手机客户端等。

六、活动绩效

2022 北京消费季“一刻钟品质生活节”活动，预计宣传及实施全年覆盖人数超千万人次，参与品牌 500 家以上，参与企业销售额预计达到 50 亿元，同比增长 20%左右。