

合同编号：_____

深圳市公园管理中心 服务合同

(2026 年版)

2026 深圳公园文化季 服务合同

甲方：深圳市公园管理中心

法定代表人：**

地址：深圳市深南大道竹子林西

乙方：深圳报业文化创意集团有限公司

法定代表人：**

地址：深圳市福田区商报路 2 号新媒体大厦 15 层

电话：*****

依据《中华人民共和国民法典》及其他有关法律、法规的规定，本着诚实信用、平等互利的原则，甲乙双方经友好协商，就乙方向甲方提供 2026 深圳公园文化季 服务达成一致意见，签订本合同，以资双方共同遵守。

第一条 服务范围与服务内容

(一) 服务范围：2026 深圳公园文化季

(二) 服务类别：

乙方向甲方提供第 3 项服务：

(1) 培训；(2) 考核；(3) 其他：活动、运营服务。

(三) 服务期限：本项目服务期限自本合同签订之日起至完成全部合同权利义务之日止，本合同期限届满但合同项下活动没有举办完成或者尚未举办的，乙方应当继续实施，直至所有活动举办完毕，但不得另行主张任何费用。(如因相关原因导致合同履行期限有变化的，以甲方实际要求为准)。本项目为长期服务项目，合同期满可以续签，

但合同履行期限最长不得超过三十六个月。

(四) 服务内容:

本合同提供以下第 3 项服务内容:

(1) 培训

1. 培训内容: /

2. 培训方式: 乙方负责为甲方提供培训教程及所需的全部讲义及其他资料, 相关费用由乙方承担。授课形式以讲师现场授课为主。

3. 培训时间: 年 月 日至 年 月 日。

4. 培训地点:

5. 培训安排:

6. 结业证书: 乙方负责为甲方参加培训并通过考试的人员办理培训合格证书。

(2) 考核

1. 考核内容:

2. 考核范围:

3. 考核标准:

(3) 其他

按照招标文件要求根据深圳公园文化季的年度规划, 结合各活动特点与时间顺序, 策划并组织相应主题与形式的系列活动。乙方作为活动的具体组织与实施主体, 负责全程策划与执行。为保障活动专业性, 可聘请或邀请专业的演出团队、安保力量、艺术创作机构等第三方提供专项服务。

第二条 服务费及支付方式

(一) 费用标准: 详见附件1“项目分项报价清单”

(二) 合同金额: ¥2190000(大写: 人民币 贰佰壹拾玖万元整),

包含服务、人工、材料、设备、材料、材料运输、劳务、咨询、差旅等乙方为履行本合同项下所有义务所需的一切费用及税费，甲方按财政下达资金支付。

(三) 支付方式：

本合同采用以下第3种支付方式：

(1) 现款现结

(2) 期结：甲乙双方按月结算，甲方每月按照考核评分标准对乙方服务人员进行考核，对违法违纪行为进行处罚，款项从当月服务费中扣除。乙方应当在次月5日前向甲方提供上一月的服务费发票，甲方在收到乙方发票1个工作日内将应付服务费支付乙方。

(3) 分阶段结算：签订合同后【10】个工作日内，甲方向乙方支付合同金额的50%款项，即¥1095000元（大写：人民币壹佰零玖万伍仟元整）；2026年9月30日前，乙方提供已完成的活动验收材料及相应发票，且经甲方验收合格后【10】个工作日内，甲方向乙方支付合同金额的30%，即¥657000元（大写：人民币陆拾伍万柒仟元整）；2026年11月30日前，乙方提供已完成活动验收材料、未完成活动(如有)方案及相应发票，经甲方验收合格后【10】个工作日内，甲方向乙方支付合同金额的15%，即¥328500元（大写：人民币叁拾贰万捌仟伍佰元整）；本服务项目全部完成，且乙方提交项目结项材料及相应发票，并经甲方验收通过后【10】个工作日内，甲方向乙方支付项目尾款，即合同金额的5%，即¥109500元（大写：人民币壹拾万零玖仟伍佰元整）。甲方在收到发票后均需10个工作日内付款。

(4) 一次性支付：乙方完成全部服务任务并经甲方验收合格后，乙方提供足额正式的发票，甲方在1个工作日内，向乙方一次性支

付全部款项。

（四）经甲乙双方具体商定付款日期后，乙方应在每次应付款**5**个工作日内，向甲方提供当期应付款金额的、符合甲方要求的正式发票，否则甲方有权不付或者缓付合同价款，且不承担任何责任。

（五）付款进度以财政拨款为准，因财政拨款原因导致甲方迟延付款的，不视为甲方逾期付款。

（六）乙方确认本合同款项汇入以下账户信息：

开户银行：中国民生银行深圳福田支行

开户名称：深圳报业文化创意集团有限公司

开户账号：696608910

第三条 服务要求

（一）服务内容

2026深圳公园文化季通过策划组织市属公园活动、统筹联动全市公园活动，涵盖花园共建、音乐鉴赏、自然教育、文创设计、健身舞蹈、智慧AI等多元主题，为市民游客提供丰富优质的公园文化体验。通过创新打造多样化公园生活场景，营造户外幸福生活新空间，呈现持续的共建共享的文化盛会。

1.主题活动策划与活动的组织实施

以下为重点活动内容，乙方需根据深圳公园文化季的年度规划，结合各活动特点与时间顺序，策划并组织相应主题与形式的系列活动。乙方作为活动的具体组织与实施主体，负责全程策划与执行。为保障活动专业性，乙方可聘请或邀请专业的演出团队、安保力量、艺术创作机构等第三方提供专项服务。同时，鼓励乙方与社会组织、企业机构等开展合作，共同举办活动。

所有活动需确保内容充实、流程完整。其中，小型表演类活动

每场时长不少于**60**分钟；大型专场活动（如音乐会、舞蹈节等）单场时长不少于**90**分钟。

为提升文化季的国际视野与艺术水准，在全部活动中，至少需有两场活动达到高品质标杆，具体要求如下：活动内容须具备较高的艺术性与创新性，能代表某一艺术门类的前沿水准或具有独特的审美价值。形式包括但不限于国际级音乐会、现代舞剧、沉浸式艺术展、跨界艺术演出等。鼓励与国际国内知名艺术机构、院团联合制作或呈现节目，为市民带来具有影响力的高雅艺术体验，塑造文化季的品牌标杆。

（1）共建花园遛遛游园会

活动内容：策划组织共建花园优秀评选，征集历年共建花园优秀建设案例，开展共建花园优秀评选与颁奖活动；邀请行业专家、设计师、园长园丁等共建花园代表，开展共建花园交流培训活动。

（2）深圳湾音乐会

活动内容：**2026**年深圳湾音乐会拟于**9**月至**11**月举办，要求开展不少于两天四场大型专场音乐展演，每场组织观演观众不少于**900**人。演出内容以音乐赏析为主，涵盖新民乐、古典音乐、民族音乐、流行音乐、电影配乐、舞蹈音乐、歌剧选段等形式。要求围绕深圳湾公园的自然环境、绿色低碳、生态文明、滨海空间与公共休闲属性，策划多场与公园环境相融合的音乐演出打造沉浸式户外艺术体验。

其中，至少一场演出须具备国际、国内或大湾区专业水准，呈现高品质多元音乐内容，邀请的演出乐团应具有国际影响力，或为副省级城市、大湾区城市的一流乐团，且在相应层级的公开演出中具备丰富经验，确保艺术品质与观赏性。

在活动执行层面，需做好票务统筹与现场管理，落实免费预约入场机制，保障市民有序、便捷参与。通过系列化、高品质的音乐内容，强化“深圳湾音乐会”的品牌认知与公众吸引力。

（3）2026 自然教育巡回大师课

活动内容：策划组织 2026 自然教育巡回大师课，邀请自然教育领域专家（所邀请专家需经甲方同意），走进全市各区公园自然教育中心开展课程。巡回大师课形式包括但不限于：自然教育专题讲座、公园现场自然教育活动或自然教育科普展示等，巡回大师课不少于 5 场，每场参与人数不少于 100 人。

（4）公园文创大赛

活动内容：2026 年深圳公园文创大赛拟于 6 月至 11 月举办，以“生态文明理念”与“深圳公园特色”为核心主题，可结合公园文化季 20 周年背景进行延展设计。赛事旨在通过创意设计激发公众参与，推动公园文化创意转化与市场融合。

5 月前，完成活动整体方案策划与执行团队组建；6 月，正式启动赛事征集；9 月至 10 月，组织参赛作品初评，包含专家评审与网络投票环节等；11 月，在深圳簕杜鹃赏花周期间，在莲花山公园举办入围作品集中展示，开设文创市集现场销售，并举行颁奖仪式。乙方需负责“大型主题活动配套文创产品销售”的全程策划、招商、运营与宣传推广，并自负盈亏。该市集将作为“深圳公园文创大赛”的重要组成部分，于 11 月簕杜鹃赏花周期间在莲花山公园落地举办。市集计划在莲花山公园指定区域集中开展。在招商结构上，须确保参赛入围的文创作品、设计师品牌及体现深圳公园文化特色的创意产品，在所有参展商户中的占比不低于 50%，以强化大赛成果转化与公园文化主题。

赛事面向国内、大湾区及全市范围内公开征集，涵盖公园管理单位、企业机构、艺术院校、设计师工作室、高校师生及个人创作者。要求征集参赛作品总数不少于**100**份。鼓励各区街道办事处、社区基层组织积极参与推荐与动员，并联动本地及大湾区高校设计类院系深度参与赛事组织与作品征集。赛事需特邀至少三位独立设计师参与，分别来自国际、国内及大湾区层面，且须具备鲜明的个人创作IP及公开作品发布经验，以提升赛事的专业引领力与行业影响力。

(5) 秋季舞蹈节

活动内容：**2026**年秋季舞蹈节拟于**7**月至**10**月举办，活动以深圳本土舞蹈为特色根基，面向全国及大湾区采用“邀请+招募”双轨并行的参与机制，联动全市公园及各区街道办、社区、高校广泛参与作品报送。通过街道、社区等基层组织，深度挖掘深圳本土民间舞蹈艺术人才与爱好者，构建专业引领与全民参与并重的舞蹈舞台。

在嘉宾阵容方面，特邀不少于**10**家具有代表性的舞蹈特色团队机构、不少于**10**名特色舞蹈个人参与演出与交流，并邀请享誉国内或大湾区的知名舞蹈家担任赛事技术顾问，确保活动的专业水准与艺术高度。

活动内容采用“展演+竞赛”多元形式，重点策划区际舞蹈竞演赛、广场舞展演、户外瑜伽盛会等板块，既汇聚高水平专业舞者同台竞技，也为广大市民提供自由展示的开放舞台。通过丰富多彩的活动设置，展现湾区舞蹈艺术的蓬勃生态，满足市民多层次文化需求，将秋季舞蹈节打造为公园秋季最具影响力的文化品牌。

(6) AI 全场景专场活动

活动内容：大力推广公园**AI**应用场景，在公园开展**AI**全场景专场活动，编制公园**AI**应用全场景指引手册，组织公园**AI**全场景专

题展览，举办不少于 12 场的 AI 应用全场景体验活动，邀请市民广泛参与，打造公园 AI 应用全场景文化品牌活动。围绕 APEC 数字经济与智慧城市议题，重点展示深圳公园在人工智能融合应用方面的创新成果。

2. 活动具体要求

(1) 每场活动需有鲜明主题，围绕节点，充分利用市属公园场地条件，广泛号召不同年龄层的市民积极参与。

(2) 乙方应根据活动内容制订相对应的安全方案，内容包括但不限于公园概况、活动、平面布置、安保力量及装备、舞台道具电力等安全生产措施、秩序管控措施、各类应急预案等，经向属地公安部门报备后，严格按报备批复要求落实安全措施，做好活动现场秩序维护和安全保障工作。

(3) 如活动需预约参与，乙方须利用线上平台供市民报名，并安排工作人员做好线下活动组织工作。

(4) 乙方应根据安保及应急处置方案，按当地派出所要求配备相应数量的安保人员，做好活动现场的秩序维护和安全保障工作。

(5) 活动结束后，乙方须做好活动区域的绿地恢复和保洁工作，活动期间如产生水电费用需自行负责缴纳。

(6) 如为演出类节目，演出团队需有专业艺术表演团体参与，并具有相应的演出经验。

(7) 如为互动体验类活动，乙方需负责活动现场的搭建、物料准备及相应指示牌引导现场、氛围营造。

(8) 如为体育竞技活动，乙方须为所有参赛选手和表演人员购买相关保险。

(9) 如涉及无人机拍摄，需根据《深圳市民用微轻型无人机管

理暂行办法》飞行管理要求执行，并向辖区公安机关报备。

(10) 活动具体执行方案（包括活动的主题、时间、地点等）以甲方实际确认为准，乙方需要积极配合活动方案的调整修改。

3. “公园文化季”品牌宣传推广

配合公园文化季的活动完成对应的推广工作，具体内容如下：

(1) 常态化新媒体运营。在微信公众号、小红书等平台开展常态化宣传推广，全平台累计发布活动预告、现场直击、精彩回顾等内容不少于 30 条，确保内容及时、形式多样、覆盖广泛。结合重要节点加强内容策划，提升传播效果。

(2) 媒体邀约与接待。主动邀请国内主流媒体及大众媒体对公园文化季进行采访报道，并配合做好媒体接待、现场协调及相关服务保障工作。

(3) 对外宣传物料设计制作。

①围绕品牌定位与调性，结合文化季 20 周年节点，优化升级品牌视觉形象。包括建立品牌视觉规范，更新线下视觉系统；设计制作相关宣传物料；对纳入“公园文化季”统一框架的其他活动提供视觉设计指导。

②配合甲方办理以下事项：公园文化系列 IP 知识产权注册；一款商标注册（覆盖不少于 17 个类目）；美术作品著作权登记（不少于 22 张）。上述注册成功的 IP 知识产权、商标权、著作权及相关商品的权利均归甲方所有。

(4) 重要节点全市公园活动统筹宣发。针对 2026 年五一、六一、暑期、中秋、国庆，以及 2027 年元旦、春节等重要节假日，整合全市公园活动信息素材，统筹开展全市公园活动的集中宣传推广。具体包括：结合节假日主题，设计统一主视觉及延展物料模板供各区

使用；制定整体宣传策划方案，整合活动亮点进行集中宣发；统筹媒体投放与社交话题运营，形成全市联动传播合力，提升“公园文化季”在节假日的整体影响力与公众关注度。

4.媒介运营推广

(1) 配合公园文化季各项活动的开展，在国家级、省级及市级主流媒体平台进行持续宣传报道，发布活动预热、现场直击、亮点回顾等相关内容，确保报道覆盖广泛、形式多样，并结合活动节奏适时发布，提升“公园文化季”的品牌影响力和公众关注度。

(2) 配合公园文化季各项活动，在抖音、小红书、微博、微信等全平台矩阵进行话题策划与运营，通过内容发布、用户互动、话题共创等方式，全年累计实现话题阅读量及讨论量不少于500万，提升“公园文化季”的社交热度与公众讨论度。

(3) 做好社交平台内容维护及管理，对评论等进行及时回复及管理控制，正面引导话题风向。

(4) 持续关注包括百度搜索、微博、豆瓣、门户网站、app等其他平台渠道关于“公园文化季”的舆情，并进行维护或上报。

(5) 持续完善“公园文化季”百度百科词条内容。

(二) 人员管理与要求

1.人员管理：

本合同适用以下第3条人员管理要求：

(1) 服务全包方式，乙方负责与其派驻的人员建立用工关系，并负责人员的工资、社保、管理等各项事务。乙方及其服务人员须按甲方提出的服务内容开展工作，并接受甲方的指导、监督和检查。

(2) 乙方派驻的人员由甲方通过____/____方式聘用，相关权利义务在聘用合同中另行约定。

(3) 其他方式：乙方组建不少于 14 人的项目团队，每人限任一岗。

2. 人员要求：

本次合同服务人员适用以下第3条要求：

(1) 培训

①培训机构指派的授课讲师应具备相关从业资格，并能够充分胜任培训工作。

②授课讲师及助理人员授课时，应遵守甲方的管理规定。如甲方需更改培训时间，则甲方应至少提前 / 天通知乙方。

③乙方必须根据甲方的要求，按照甲方确定的培训内容进行重点培训，不得从事与培训无关的事项，特殊情况需临时更换讲师，必须经甲方批准方可。否则，乙方应全额承担甲方向乙方支付的在培训期间各项费用并终止培训。

④乙方应保证讲师在授课期间不发布任何有关政治倾向性和有损甲方声誉的言论，并保证其授课内容符合我国相关法律法规和政策的规定，如涉及侵权，法律责任由乙方自行承担。

(2) 考核

考核期间乙方派驻技术人员 / 人，

具体技术资质： /

(3) 其他

①乙方组建不少于 14 人的项目团队，每人限任一岗。

②具体岗位及职责要求如下：

- 项目负责人 1 名

负责项目整体策划、设计、品牌宣传、媒体对接、生态恢复等工作统筹与进度管理，确保项目按时保质完成，并配合落实环境保护、

生态文明管理等各项要求。须具备设计类或新闻类或生态（环境）类相关资质或专业背景。

- 现场管理人员 **1** 名

负责现场人员统筹、日常调度及秩序维护，保障活动组织顺畅、操作安全，确保各项工作协作高效。须具有人员统筹或现场管理相关资质与经验。

- 策划人员 **2** 名

负责项目各项活动方案的前期调研、创意策划、方案撰写、修改调整及汇报等工作；

- 设计人员 **2** 名

负责项目相关设计工作，包括但不限于平面设计、VI 系统设计、方案美化、LOGO 设计、海报设计、宣传折页等视觉内容创作；

- 品牌统筹人员 **1** 名

负责公园文化季品牌矩阵的规划建设，制定媒体推广策略，统筹品牌传播整体方向；

- 媒体渠道人员 **1** 名

负责对接与拓展官媒、门户网站、社交媒体、自媒体、专业媒体等传播渠道，推动媒体宣发落地；

- 文字编辑 **2** 名

负责撰写新闻通稿、活动文案、宣传文稿、舆情回复等内容，并负责各类发布文字的校对与审核；

- 活动执行人员 **2** 名

负责各项活动的落地执行，包括场地布置、氛围营造、现场组织及活动后场地恢复等；同时负责与街道、社区等基层单位的沟通协调工作，要求具备群众工作经验，熟悉社区工作方式。

- 场地协调人员 1 名

负责公园场地的统筹协调工作，包括场地勘景、筛选与对接、与公园方进行商务谈判及合同签署；同时负责公园活动的申报审批，包括向园林、城管、公安等主管部门提交材料、办理活动许可及备案手续，并承担活动现场的场地调度、使用监督及突发问题处理。

- 招商对接人员 1 名

负责各项活动的招商、跟进、执行跟踪。专人专岗对接各类品牌方、合作方，同时负责与场地、公园管理处及落地执行团队的沟通协调工作。

（三）项目市场开发要求

市场开发是指围绕深圳市公园管理中心 **2026** 深圳公园文化季进行的商业开发，主要包括活动广告资源、视觉识别系统使用许可权、活动合作伙伴以及各级赞助商、供应商、服务商的授予权等，超出范围须经甲方书面许可。

参与公园文化季商业活动的所有单位应当诚信、守法，遵循公序良俗原则、符合活动目的，参与商业活动的所有单位对其活动行为负责，乙方承担补充连带责任。

依托市场开发机制，统筹整合各类品牌与合作资源，组织开展 **2026** 深圳公园文化季商业运营及特色品牌打造，重点推进公园咖啡节、大型主题活动配套文创市集等公园特色品牌活动。

1. 公园咖啡节

2026 年深圳公园咖啡节将打造兼具休闲体验、文化交流、品牌展示的公园特色咖啡文化盛会。活动可邀请大湾区及深圳本土优质咖啡品牌、独立咖啡师参与，设置咖啡品鉴、手冲体验、咖啡文化分享、创意咖啡展示等板块，结合公园自然环境打造沉浸式咖啡体验空间。

乙方需负责“公园咖啡节”等商业开发活动的全程策划、招商、运营与宣传推广，自负盈亏。活动计划在单个市属公园场地内开展，占地面积不超过**3000**平方米。在招商结构上，对参与活动的咖啡品牌有明确比例要求，需确保咖啡类品牌在所有参与商业品牌中的占比不低于**50%**。

2.大型主题活动配套文创市集

围绕“活动有文创、文创融场景”理念，在公园举办的大型活动中设置文创产品展示销售区域，结合活动主题打造特色文创场景。文创产品涵盖深圳公园特色、个人IP等多元品类，兼顾实用性、纪念性与性价比，满足市民多样化需求，并配备专业人员提供产品讲解、咨询及销售服务。乙方负责文创产品选品、陈列及现场运营管理，可结合线上线下一体化销售体系，实现线下体验、线上选购的联动模式，推动文创产品与活动内容、公园场景深度融合，提升整体活动体验与传播效果。

3.其他“公园+”特色活动

以“公园+公益+产业+服务”为核心定位，依托公园场地资源，策划具有示范性、可复制性的公园特色品牌活动。活动包括但不限于活动融合妇女创业就业、乡村振兴产品展销、社区便民服务等内容；也可积极挖掘并孵化优质小微创业项目，合理协调公园场地、展示平台等支持，持续培育“公园+”文化新经济业态。

（四）项目其他要求

1.乙方须提供项目所有涉及内容的详细策划方案并对所提供的相关内容、文件的真实性、有效性负责。

2.乙方须服从市公园管理中心的安排和管理，按照公园文化季活动的整体要求，积极配合，提供优质服务。

3.由乙方就每项活动，编制安保方案、应急预案等供市公园管理中心统筹使用，并负责向活动开展地公安部门办理报备手续。

4.活动准备、开展及撤场期间，遵守公园各项管理规定，做好绿地维护和活动场地内的卫生保洁工作。

5.乙方须做好场地布置搭建及活动现场的安全保障措施，设备搭建施工结束后提供施工所在地消防和安全机构出具的防火和电检报告。因活动准备或开展对市民游客产生的人身意外或其他纠纷，乙方负完全责任。

6.乙方须给项目团队成员购买保险，因活动准备或开展造成的人身意外或其他安全事故，乙方负完全责任。

7.如演出人员涉及外籍人员的，由乙方负责外籍人员入境从事演出等工作的合法手续。

8.乙方要做好活动材料（文件、图片和视频等）的收集。

第四条 验收标准

（1）服务期满，乙方按招标文件、投标文件及合同要求完成项目服务工作，并按要求完成验收文档准备后，甲方向乙方提出项目验收申请，验收工作由甲方组织有关人员进行。

（2）当满足以下条件时，甲方向乙方发出验收报告：

乙方已按照合同约定提供了全部服务以及完整的项目资料；符合投标文件及合同技术服务要求，通过甲方验收。

第五条 履约保证金

（一）乙方应在签订本合同之日起【20】个自然日内，向甲方提交以银行保函方式出具的、合同金额的5%的履约保证金，即¥109500元（大写：人民币壹拾万零玖仟伍佰元整），履约保证金期限为一年。

(二) 如乙方未能在约定时间内支付履约保证金的,甲方有权将本合同付款时间相应顺延。

(三) 除非本合同有其他约定,如乙方未能履行合同约定的义务,甲方有权从履约保证金中取得补偿,不足以弥补甲方损失的,乙方仍应承担赔偿责任。

第六条 权利和义务

(一) 甲方有权根据本服务项目的需要进行服务岗位设置及人员安排,制定考核评分标准及奖惩办法。

(二) 甲方有权对乙方的服务工作进行全面的监督,甲方制订并定期修订管理制度及相关标准。

(三) 甲方有权对乙方工作绩效和履约情况进行考核,作为支付服务费用及续签合同的依据,并按检查验收结果计算应支付的服务费。

(四) 乙方提供服务内容未达标准或不合格的,甲方有权不予支付该未达标准或不合格部分的合同价款,并有权对检查和验收未达标准或不合格者进行扣款。

(五) 甲方有权要求乙方调换不合格服务人员。

(六) 甲方应协助、配合乙方人员履行工作职责。

(七) 乙方应当按照本合同约定的服务标准向甲方提供符合标准的服务,并有权根据合同约定领取服务费。

(八) 未经甲方书面同意,乙方不得将本合同项下的全部或部分服务进行分包或转包。

(九) 乙方应接受甲方的检查、监督、指导,按照本合同约定的保洁服务质量标准及甲方的要求开展工作,如有改变,乙方应提出书面申请,并征得甲方的书面批准后方可实施。

(十) 乙方对其聘用的工作人员负责,并对其工作人员的行为负责,甲方不承担任何责任。

(十一) 因乙方原因造成安全事故,乙方应及时报告甲方,并采取适当的处理措施,且承担事故一切责任。

(十二) 如有重大活动或接待任务,乙方应服从甲方的统一指挥和调动。

(十三) 本合同约定的其他权利义务。

第七条 违约责任

(一) 甲乙双方任何一方无正当理由终止合同的,违约方须向对方支付违约金¥ 21900 (大写:人民币 贰万壹仟玖佰元整)。

(二) 乙方违反法律、法规开展本合同项下服务的,甲方有权解除本合同并不支付本合同项下任何费用(已支付的乙方应当在收到甲方通知后15日内全额返还),且应由乙方承担一切经济损失和法律责任。

(三) 乙方有以下情况之一,给甲方造成经济损失或损害甲方形象和声誉,甲方有权要求乙方支付合同金额的 10 %作为违约金,并有权解除合同(并按照乙方已完成并通过甲方验收的工作占本合同项下总工作的比例进行结算),同时乙方还应承担赔偿责任。如乙方不及时或拒绝承担上述违约责任及赔偿责任,甲方可相应延迟支付乙方服务费用或直接从应付乙方服务费用中扣除乙方应承担的责任金额。

1.因乙方人员失职、违法、违约行为造成甲方经济损失或损害甲方形象和声誉的。

2.乙方未根据合同要求履行职责,给甲方造成经济损失或政治影响的。

(四) 乙方未按本合同约定时间提供服务或提交服务成果的,自逾期之日起,每逾期一日,甲方有权要求乙方按服务总价的【0.01】%支付违约金,违约金累计不得超过乙方服务总价的【10】%。逾期达【10】日的,甲方有权解除本合同,并按照乙方已完成并通过甲方验收的工作占本合同项下总工作的比例支付服务费用,剩余费用不再支付。

(五) 乙方服务或服务成果不符合要求的,甲方有权要求乙方限期整改,乙方逾期完成整改或整改后仍不符合甲方要求累计达【3】次的,甲方有权解除本合同,并有权要求乙方按服务总价的【10】%支付违约金,甲方按照乙方已完成并通过甲方验收的工作占本合同项下总工作的比例支付服务费用,剩余费用不再支付。

(六) 乙方擅自将本合同转包、分包给第三者的,或违反信息保护义务擅自披露甲方非公开信息,或违反知识产权约定侵害甲方知识产权权利、侵害第三方权益的,甲方有权单方解除本合同,并不支付本合同项下任何费用(已支付的乙方应当在收到甲方通知后15日内全额返还),且由此造成的经济损失和法律责任由乙方承担。

(七) 未经甲方同意,乙方擅自更换服务团队人员或者未按甲方要求更换服务团队人员的,每发生一次,应当按合同服务费总额【3%】的标准支付违约金,累计达【3】次的,甲方有权解除本合同,并有权要求乙方按服务总价的【10】%支付违约金,甲方按照乙方已完成并通过甲方验收的工作占本合同项下总工作的比例支付服务费用,剩余费用不再支付。

(八) 乙方人员在服务过程中,因操作不当或处理不及时,造成安全事故,乙方承担全部责任,若对甲方造成损失,乙方赔偿全部损失。

(九) 甲方有权直接从当期及后续应付未付的服务费或履约保证金中扣除乙方应承担的费用、损失、违约金、赔偿金、补偿金及其他应由乙方承担的款项。甲方收取违约金的权利不影响甲方根据本合同或适用的法律享有的其他权利。

第八条 不可抗力

如果甲乙双方任何一方(以下简称“受影响方”)遇到人力不可抗拒事件,包括但不限于战争、火灾、水灾、地震、台风等重大自然灾害以及其他受影响方不能合理控制的任何重大事故和情况,阻止、妨碍或干扰了本合同的履行,本合同约定的受影响方履约时间应自动延长。其延长的时间应相当于因人力不可抗拒事件直接或间接地使受影响方不能履行本合同的时间。受人力不可抗拒事件的影响,受影响方应在灾害发生后的十五天内,用电传或邮件将不可抗拒事件的发生通知对方,并提供政府相关部门出具的灾害证明文件。

如果不履约的情况延续达**15**天以上,双方应立即协商修改合同。若从不可抗拒事件的发生之日起**15**天内双方当事人未能取得双方满意的办法时,任何一方都可以终止履行本合同的未执行部分,互不承担违约责任。

第九条 信息保护要求

双方应严格履行对专有数据的保护责任。对于所有与对方有关的资料和信息,双方均应作为受限信息进行管控。除非经对方事先书面许可,或因政府部门及法律法令的强制性要求而披露,双方应当保证保守该非公开信息,并不得将上述信息以任何方式泄露予第三方。未经对方书面许可将资料和信息泄露出去造成的任何损失,受损方都有追究违约方赔偿的权利。无论合同终止原因,上述信息保护要求不因本合同终止而失效。

第十条 知识产权

(一) 乙方保证其提供的服务不侵犯第三人的版权、专利权及商标权等知识产权。如因上述原因,第三人向甲方提出侵权诉讼或索赔,乙方应协助甲方。因此而导致的全部损失由乙方承担。

(二) 甲、乙双方在履行本合同过程中形成的所有成果、全部资料的知识产权及产生的相关利益由【甲】方享有,未经【甲】方同意,【乙】方不得向第三人披露、转让、许可他人使用,也不得非为本合同目的而使用。无论合同终止原因,上述知识产权归属约定不因本合同终止而失效。

第十一条 合同的变更、解除

(一) 在合同有效期内,经甲乙双方协商一致,可变更本合同,合同变更的应当签订书面的变更合同。

(二) 一方因不可抗力不能继续履行合同时,应及时通知对方。

(三) 本协议生效后,一方要求解除合同,须征得另一方的书面同意,但根据本合同约定一方享有单方解除权的除外。

第十二条 争议的解决

本合同在履行中如发生争议,双方应协商解决,协商不成的,任何一方可以向甲方住所地人民法院起诉。

第十三条 合同有效组成

下列文件均为本合同的组成部分:

(一) 甲方制定的与服务内容相关的岗位职责、考核检查等管理制度。

(二) 双方往来交易文件,包括但不限于报价资料、订单、费用确认单、对账单等是本合同的附件,附件是本合同的组成部分,与本合同具有同等法律效力。

(三) 其他双方认可的来往传真、会议纪要、合同附件等。

第十四条 其他

(一) 本合同自双方法定代表人或授权代表签字盖章之日起生效。合同中如有未尽事宜，由双方共同协商，做出修改或补充协议，均为本合同组成部分，与本合同具有同等法律效力。

(二) 双方向任一方发出通知应以本合同载明的地址作为送达地址，如一方地址、电话、传真号码有变更，应在变更当日内书面通知对方，否则应承担全部责任。以特快专递方式送达的，交邮之次日视为送达成功。

(三) 本合同壹式陆份，甲方持肆份，乙方执贰份，并具有同等法律效力。

第十五条 补充条款

(以下无正文)

甲方：深圳市公园管理中心

(盖章)

法定代表人/授权人：

乙方：深圳报业文化创意集团有限公司

(盖章)

法定代表人/授权人：

签约时间： 年 月 日

签约地点： 深圳市福田区

附件 1：项目分项报价清单

序号	项目内容	数量	单位	单价(单位:元)	总价(单位:元)	备注	
主题活动策划与活动的组织实施							
1	共建花园遛遛游园会	1	场	60000	60000		
2	深圳湾音乐会	4	场	272500	1090000		
3	2026 自然教育巡回大师课	1	场	50000	50000		
4	公园文创大赛	1	场	200000	200000		
5	秋季舞蹈节	1	场	538000	538000		
6	AI 全场景专场活动	1	场	80000	80000		
	小计	2018000					
“公园文化季”品牌宣传推广							
7	微信公众号、小红书等常态化新媒体营；媒体邀约与接待；网络内容维护及舆情管理等	1	项	68800	68800		
8	品牌 VI 设计+商标注册费	1	项	103200	103200		
小计	172000						
合 计（总价，单位：元）					2190000		

附件 2：项目团队成员表

序号	姓名	联系方式	项目职务
1	**	*****	项目负责人
2	***	*****	品牌统筹人员
3	***	*****	招商对接人员
4	***	*****	策划人员
5	***	*****	策划人员
6	***	*****	现场管理人员
7	***	*****	设计人员
8	**	*****	场地协调人员
9	***	*****	媒体渠道人员
10	***	*****	活动执行人员
11	***	*****	活动执行人员
12	***	*****	文字编辑
13	**	*****	文字编辑
14	***	*****	设计人员

附件 3:

举办群众性活动承诺书

承诺人：深圳报业文化创意集团有限公司、**

法定代表人（负责人）：**

地址：深圳市福田区商报路 2 号新媒体大厦 15 层

电话：*****

我单位拟于 **2026** 年 **5** 月起在全市公园举办群众性活动（具体活动方案见申请书），作为活动主办方，我单位承诺如下：

1. 我单位是经合法注册、有效存续的法人/非法人组织，我单位提交的主体资格证明文件、授权委托书等均真实、合法、有效。

2. 我单位所有文件资料的复印件与原件均相符，所有签名及印章均是真实、合法并获得充分、有效授权。

3. 我单位确保活动的内容及安排与申请书的描述一致。

4. 我单位确保活动符合国家、省市的法律、规章及政策规定，且我单位对上述法律、规章及政策规定已作清晰全面之理解；

5. 我单位将严格履行活动审批手续，取得全部行政许可。

6. 我单位已制定处置突发事件应急预案，并购买公众责任保险。

7. 我单位确保遵守法律、法规和社会公序良俗，包括但不限于：
1) 不妨碍社会治安、危害公共安全、影响社会秩序；2) 遵守活动现场治安、消防等安全管理制度，自觉接受安全检查，不得携带爆炸性、易燃性、放射性、毒害性、腐蚀性等危险物品，不得非法携带枪支、弹药、管制器具；3) 不得携带和展示侮辱性标语、条幅等物品，不得投掷杂物，不得围攻活动组织者、参与者以及其他人员；4) 遵守安全注意事项，服从现场工作人员管理。

8. 我单位承诺，如活动发生安全责任事故或意外，造成人员（包含公园中心工作人员或任何第三人）人身伤害（伤亡）或财产损失，

我单位承担全部责任，并负责赔偿所有损失。

9.我单位确保自行承担因活动产生的场地布置、水、电、清洁卫生等劳务及费用支出。

10.我单位确保活动结束后及时清场、恢复原状，如不能及时清场或恢复原状的，我单位同意由第三方按照市场价格进行清理并承担全部费用。如对公园场地或设备设施造成损毁予以足额赔偿。

11.本承诺书为 **2026** 深圳公园文化季合同的组成部分，与合同正本具有同等的法律效力，自承诺人法定代表人或授权代表签名并加盖公章之日起生效。合同期满后，本承诺书自动终止其法律效力。

承诺人（盖章）：

法定代表人或授权代表（签字）：

签订日期： 年 月 日