

政府采购合同



合同编号： JSZC-320116-ZHYB-C2026-0001

项目名称： 南京市六合区龙袍街道乡村运营项目

甲方： 南京市六合区人民政府龙袍街道办事处

乙方： 浙江千村运营有限公司

签订日期： 2026年2月6日



合同编号：JSZC-320116-ZHYB-C2026-0001

政府采购计划号：

采购人（以下简称甲方）：南京市六合区人民政府龙袍街道办事处

住所地：南京市六合区龙袍街道龙腾路1号

中标人（以下简称乙方）：浙江千村运营有限公司

住所地：浙江省杭州市余杭区余杭街道永安村俞家头1-2号108室

根据《中华人民共和国政府采购法》和《中华人民共和国民法典》等法律法规的规定，甲乙双方按照采购代理机构的采购结果签订本合同。

第一条 合同标的

乙方根据甲方要求提供下列服务：

服务内容详见招标文件及乙方响应性文件等。

第二条 合同总价款

本合同项下服务总价款为壹佰叁拾壹万叁仟元整（大写）人民币（¥1,313,000）。

甲方就本合同不再向乙方支付任何其他款项。

第三条 组成本合同的有关文件

招标文件和有关附件是本合同不可分割的组成部分，与本合同具有同等法律效力。

第四条 权利保证

乙方应保证为甲方提供服务任何一部分时不受第三方提出侵犯其专利权、版权、商标权或其他权利的起诉。一旦出现侵权，乙方应承担全部责任。

第五条 质量保证

乙方提供的服务必须全部达到招标文件各项要求，国家或行业有规定的，还要符合相应规定。

第六条 交付使用和验收

1.乙方应当在甲方规定的时间内完成招标文件规定的项目并交付甲方使用，不得影响项目进度计划。招标文件有约定的，从其约定。

2.甲方自行组织或视情邀请相关专家或国家认可的质量检测机构参加验收，乙方提供的服务不符合招标文件和合同规定的，甲方有权拒收，乙方承担验收费用等。

第七条 服务期限

1.服务期限：一年。

第八条 合同款支付

1.本合同项下所有款项均以人民币支付。

2.本合同项下的采购资金由甲方自行支付，乙方向甲方开具发票。



3.本合同项下所采购资金分为运营费用和“数字化转型建设”费用。其中运营费用为壹佰零壹万叁千元整（¥1,013,000），“数字化转型建设”费用为壹拾万元整（¥100,000）。

4.付款方式：

本合同服务在规定的时间内完成。乙方提交完备有效的单据（合同文件、验收书）后，甲方向乙方按照以下方式付款：

运营费用按照阶段25%:25%:25%:25%的比例支付。第一笔运营费用为贰拾伍万叁仟贰佰伍拾元整（¥253,250）；第二笔运营费用为贰拾伍万叁仟贰佰伍拾元整（¥253,250）；第三笔运营费用为贰拾伍万叁仟贰佰伍拾元整（¥253,250）；第四笔运营费用为贰拾伍万叁仟贰佰伍拾元整（¥253,250）。运营费用每三个月支付一次。第一笔运营费用支付时间为合同签订之后七个工作日内。乙方收款后七个工作日内派驻人员驻村；第二笔、第三笔、第四笔运营费用支付时间分别为2026年5月15日、8月15日、11月15日。每笔费用支付日期前，乙方需向甲方提交下一季度的运营执行方案，甲方对乙方上一季度运营工作进行评估，并出具验收单。

“数字化转型建设”费用按40%:60%的比例支付。第一笔费用为壹拾贰万元整（¥120,000）；第二笔费用为壹拾捌万元整（¥180,000）。小程序开发好，进入试运行阶段，支付第一笔费用；经过2个月的运营，小程序可顺利运行，支付第二笔费用。

第八条 服务内容

1.资源调研：摸清街道范围内，尤其以长江村及赵坝村为重点的资源资产情况和周边外部市场情况，摸清整体情况；了解省、市、区乡村振兴相关政策及方向。

2.顶层设计：摸清本地资源情况以及乡村村民意愿情况，因地制宜谋划三年龙袍乡村产业发展方向、目标及实施路径；以及运营当年的运营实施目标与实施计划。

3.公司搭建：在街道办事处领导下，推动组建全域运营主体公司，完善组织架构，规章制度，工作规程等，进行必要的人员招聘和培养工作。

4.产品开发：围绕水稻产业结合市场需求，推荐2-3款优质水稻试种；链接有机水稻相关资源；开发1-2款特色衍生品。

5.活动策划：对接南京市场，开发农旅综合产品2-4个，策划全年主题活动，并根据实际情况做好活动导流，执行组织和协调相关工作。

品牌建设：进行常态化品牌传播及品牌营销，可进行品牌产品设计和策划，举办品牌营销活动逐步落地应用和品牌推广。

数字平台：“数字乡村”构建服务龙袍全域的数字乡村平台（数字化小程序），完善数字化平台建设及数字化运营，起到链接资源及线上消费的作用。

运营模式：探索“村集体+企业”抱团式发展的共富机制，召开相关研讨会议，进行必要总结、梳理、项目、载体等核心内容。

宣传报道：做好宣传报道，及时总结和宣传相关村事涉及乡村发展的项目、荣誉、奖项。

专家智库：组建专家智库，开展行业资源对接工作，组建龙袍乡村运营“专家委员会”。



打造村校共建、乡企共建、青年共创的资源平台。

11.其他：其他在乡村运营中需要协助的相关工作。

第九条 违约责任

1.甲方逾期付款的，按每日0.5%支付违约金；若无正当理由拒付，按合同总价5%支付违约金。二者不重复计算。

2.如乙方不能按期交付服务的，甲方有权扣留全部履约保证金（如有）；同时乙方应向甲方支付合同总价5%的违约金。

3.乙方逾期交付的，每逾期1天，乙方向甲方偿付合同总额的5%的滞纳金。如乙方逾期交付达10天，甲方有权解除合同，解除合同的通知自到达乙方时生效。乙方逾期交付的，今后参加政府采购信誉将受到影响。

4.乙方在承担违约责任后，仍应继续履行合同规定的义务（甲方解除合同的除外）。甲方未能及时追究乙方的任何一项违约责任并不表明甲方放弃追究乙方该项或其他违约责任。

5.乙方虚假承诺，或经权威部门检测提供的服务不能满足招标文件要求，或是由于乙方的过错合同无法继续履行的，除将乙方履约保证金（如有）不予退还外，还应向甲方支付不少于合同总价10%的赔偿金。

第十条 合同的变更和终止

1.除《中华人民共和国政府采购法》第五十条第二款规定的情形外，本合同一经签订，甲乙双方不得擅自变更、中止或终止合同。

2.除发生法律规定的不能预见、不能避免并不能克服的客观情况外，甲乙双方不得放弃或拒绝履行合同。

第十一条 合同的转让

乙方不得擅自部分或全部转让其应履行的合同义务。

第十二条 争议的解决

1.因履行本合同引起的或与本合同有关的争议，甲、乙双方应首先通过友好协商解决，如果协商不能解决争议，则采取以下（1）方式解决争议：

（1）向甲方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼；

（2）向南京仲裁委员会按其仲裁规则申请仲裁。

2.在诉讼期间，本合同应继续履行。

第十三条 诚实信用

乙方应诚实信用，严格按照招标文件要求和承诺履行合同，不向甲方进行商业贿赂或者提供不正当利益。

第十四条 合同生效及其他

1.本合同自签订之日起生效。



2.本合同一式肆份，甲乙双方各执贰份，扫描件发采购代理机构存档。

3.本合同应按照中华人民共和国的现行法律进行解释。

4.招标文件及投标文件具有同等法律约束力。

(以下无正文)

甲方：(盖章) 南京市六合区人民政府龙袍
街道办事处

法定代表人或委托代理人：

电话：

开户银行：

账号：

日期：2026年2月6日

乙方：(盖章) 浙江手拍营运有限公司

法定代表人或委托代理人：

电话：15305812833

开户银行：农行杭州金汇支行

账号：19053501040001656

日期：2026年2月6日



序号	服务板块	服务定位	服务事项	服务内容	服务目标
1	实施计划方案	龙袍乡村运营实施计划	四季活动执行方案	结合乡村运营主题定位，策划四季活跃、主题突出、充分体现在地区热度与关注度。提交12月份活动策划方案。对二月至赏花节、龙袍汤包节之外的其他时间地	提升二月至赏花节、龙袍汤包节之外的其他时间地区热度与关注度。提交12月份活动策划方案。对二月至赏花节、龙袍汤包节、村跑赛等重点赛事活动给予详细策划。
2				龙袍乡村运营实施计划	主题性活动策划及执行方案(传承文化突出特色的主题活动方案)
3	实施计划方案	龙袍乡村运营实施计划	品牌主题设计及IP设计，文创设计	品牌主题、形成鲜明特色与文化创意。	打造鲜明的乡村辨识度与深刻的人文印象。
4				龙袍乡村运营实施计划	资源清单
5	生态指引对接	对接江苏、浙江两省优质农业资源，推动乡村文旅等新业态入驻落地	团队指引对接	对接优质的产业发展及文旅发展资源(企业)，指引生态运营团队进驻	精准对接运营团队及优质产业资源；对接意向项目落地结果受政府政策、运营具体项目基础建设完成情况等条件因素决定)。
6				龙袍乡村运营实施计划	品牌形象营销
7	产品开发销售	龙袍礼物体系的设计、开发、销售，以及龙袍农业经济的开发	龙袍乡村运营实施计划	常态化营销龙袍乡村品牌	带动本地村民及社群自发建设乡村旅居产品，通过活动组织联动艺术群体、知识群体、返乡青年入驻乡村，培育龙袍乡居产品
8				龙袍乡村运营实施计划	上特产开发销售
9	产品开发销售	龙袍礼物体系的设计、开发、销售，以及龙袍农业经济的开发	龙袍乡村运营实施计划	地区品牌IP及品牌吉祥物设计	策划龙袍乡村品牌、品牌LOGO、卡通潮品的文创开发等。
10				龙袍乡村运营实施计划	认养经济与订单农业开发销售



附件一：服务内容清单



序号	服务板块	服务定位	服务细项	服务内容	服务目标
					第一年带动认养经济流水不少于100万。
11	活动组织执行	执行一批特色的品牌民俗活动	活动方案制订	策划、制订具有在地特色的系列小型活动方案	策划小型活动不少于12场次。
12			活动落地执行	基于活动方案，全流程执行活动内容	执行小型活动不少于12场次。
13			龙袍汤包节、龙袍村跑赛主要活动执行	结合品牌活动，组建龙袍农特产民俗集市	重点针对二月兰赏花节期间、龙袍汤包美食节期间，组建共富集市，有效带动本地农产品销售。
14	研学考察讲解	基于品牌定位及客群现状，规范研学及考察接待全流程服务，开发研学课程及产品，为各研学及考察团提供良好的考察体验	开发研学课程	开发学生研学、亲子研学、党建研学等不同的研学课程，通过研学串联景点与业态。	运营第一年，开发3项精品研学课程（中小学研学、党建研学、亲子研学、青年研学等），启动常态化研学活动。
15			规范接待流程	规划标准化考察动线，制订标准化接待流程，撰写标准化解说词	递交《考察研学及接待方案》
16			讲解人员培养	培养专业化讲解人员	培养本地村民作为讲解人员不少于2人
17	专业人员支持	派遣浙江团队专业人员常驻，同时着力于招聘与培养本地青年加盟，将龙袍建成南京乡村CEO实训基地。并定期派遣浙江“千万工程”核心专家进行现场指导	常驻专业人员	派驻专业运营人员常驻，具体执行整村运营工作	派驻专业化运营人员3-5人
18			专家现场指导	常态化派遣乡村运营领域专家实地指导运营工作	派遣浙江乡村运营核心骨干专家现场指导不少于20人次
19	联农带农发展	推动本地村民积极参与，结合六合土菜魅力及本地民俗，组建百姓工坊、百姓共建菜馆、百姓民俗展演队等共建项目	通过众筹项目，带动百姓增收	定期组织本地村民喝茶、夜话，共话本地发展；明显提升老百姓的幸福感和满意度。	运营第一年，开发“联农带农”百姓共建项目不少于2项（包括龙袍共富、龙袍共富集市、龙袍共富演绎队等）。
20	模式总结传播	运营第一年分别于运营的中期、年底，进行运营模式总结	传播发展经验	通过建立完善的运营发展体系，聚焦“共同富裕”“青年返乡”“农文旅出圈”的发展目标有序组织运营工作，将形成的发展经验充分总结。	省媒媒体报道不少于6篇次。

