

# 侯马市新田乡村 e 镇项目

## 合同文件

甲方：侯马市商务局（以下简称“甲方”）

乙方：临汾云时代技术有限公司（以下简称“乙方”）

根据侯马市新田乡村 e 镇项目（采购项目）的采购结果，根据《山西省商务厅山西省财政厅山西省乡村振兴局关于印发山西省培育乡村 e 镇工作实施方案的通知》（晋商建〔2022〕58 号）和《山西省商务厅 山西省财政厅 山西省乡村振兴局关于山西省乡村 e 镇项目实施和资金管理的通知》（晋商建〔2022〕376 号）文件精神，结合侯马实际，依据《中华人民共和国民法典》、《政府采购法》等有关法律、法规的规定，遵循平等、自愿、公平和诚实信用的原则，经甲乙双方协商一致，就本项目签订本合同。

### 第一条 合同构成及适用顺序

（一）本合同由下述文件构成：

- 1、本合同及其各项修订文件、变更合同；
- 2、本合同附件；
- 3、成交通知书、招标、投标或报价文件（含澄清文件）。

（二）任何关于本合同内容的争议应按照下述顺序适用本合同文件予以澄清：1、本合同；2、合同附件；3、招投标文件及招投标澄清文件。上述文件中上一序位文件与下一序位文件内容相矛盾时，应优



先适用上一序位文件标准澄清本协议的规定。

第二条 项目概况

项目名称：侯马市新田乡村 e 镇项目

服务地点：侯马市新田乡

第三条 服务范围、要求及验收指标

(一) 服务范围

侯马市新田乡村 e 镇项目的科学谋划布局、培育主导产业、培育引进电子商务企业、发展跨境电商、打造区域公用品牌、培育乡村 e 镇商业带头人、健全电商公共服务体系、健全物流配送体系、宣传推广、招商引资创新创业创新等内容。

(二) 服务要求

| 序号 | 项目           | 建设要求                                    | 建设内容                                                                                                                                                                        | 数量 | 内容 |
|----|--------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|
| 1  | 科学谋划布局       | 高标准编制乡村 e 镇方案和发展规划。                     | 根据山西省乡村 e 镇建设要求编制侯马市乡村 e 镇方案和侯马市电子商务发展规划。                                                                                                                                   | 1  | 套  |
| 2  | 培育乡村 e 镇主导产业 | 培育最具核心竞争力的特色产业。                         | 针对火焰辣椒、道地中药材产业：1、经过调研形成产业调研报告。（对所打造产业的种植面积、上市时间、产业结构、线上销售比例等形成报告）2. 建立产业的标准化实施标准。（制定以产业为基础公共品牌为导向的线上流通企业标准包含收购、品类分级、加工的等具体指标）3. 形成产业管理机制。（以产业为基础公共品牌为导向形成准入、准出、监督、处罚等相应的制度） | 1  | 套  |
|    |              | 对接省内外优势电商产业和市场优质资源，建立和完善乡村 e 镇电商产业链供应链。 | 对接省内外优势电商产业和市场优质资源，举办 1 场电商平台产业带商家招商对接会，为培育主导特色产业提供供应链服务                                                                                                                    | 1  | 套  |
| 3  | 培育引进电子商务企    | 发展壮大市场主体，引进培育一批电商龙头企业。                  | 引进和培育 5 家电商企业，提供特色产品网货产品研发和电商店铺开设，推动网货销售。                                                                                                                                   | 1  | 套  |



|   |          |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |   |   |
|---|----------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|
|   | 业        | 对注册和引进到乡村 e 镇的电子商务企业以及乡村 e 镇内电商业绩突出的企业给予奖励。               | 制定资金奖励办法，明确奖补标准。                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 1 | 套 |
|   |          | 在电商平台建设本地产品特色馆。                                           | 协助在国内有影响的电商平台开设 1 个本地产品特色馆，提供店铺包装设计服务（不含店铺开设所需缴纳保证金）。                                                                                                                                                                                                                                                         | 1 | 套 |
| 4 | 发展跨境电商   | 培育跨境电商企业，引进跨境电商龙头企业、平台企业、应用企业和跨境电商人才。                     | 培育和引进在本市有影响的跨境电商龙头企业不少于 1 家                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 1 | 套 |
|   |          | 对接阿里巴巴国际站、亚马逊、速卖通等第三方平台资源。                                | 对接阿里巴巴速卖通、lazada、国际站等跨境电商平台，满足本地企业在跨境领域 B2C 与 B2B 的商业需求，为本地跨境电商企业提供平台入驻对接、跨境电商技能培训等官方服务。                                                                                                                                                                                                                      | 1 | 套 |
| 5 | 打造区域公用品牌 | 打造做强区域公用品牌，创建一批“小而美”特色产品自主品牌，开发一批适销对路的网货产品。               | 1、结合本地特色产业发展历史和现状，打造 1 个区域公用品牌并为区域公用品牌设计品牌 logo、统一的视觉识别规范、准入要求等。2、培育 5 个“小而美”自主品牌：基于电商生态公司的数据挖掘和分析能力，挖掘品牌基础、发展现状、电商经验、品牌销售规模等数据，并根据大数据精准筛选不少于 5 个的优势品牌和潜力品牌进行重点培育，通过一系列品牌营销推广机制，线上线下品牌营销活动等，培育不少于 5 个自主品牌。3、结合前期大数据分析结论，针对重点打造的自主品牌，每个品牌挖掘至少一款主打产品，并整合淘系电商营销资源，通过大促活动、电商平台流量引入、电商营销资源导流、直播带货等手段，培育不少于 5 款网货产品 | 1 | 套 |
|   |          | 建立区域公用品牌运行和管理制度。                                          | 制定建立区域公用品牌运行和管理制度                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 1 | 套 |
|   |          | 做好品牌营销推广机制，挖掘品牌内涵，讲好品牌故事，创新品牌营销，组织开展区域公用品牌线上、线下营销推广活动，畅通线 | 1、区域公共品牌宣传片发布：联动行业知名商业媒体，来到侯马为侯马拍摄制作 1 条区域品牌宣视频，并通过新媒体渠道发布。<br>2、整合媒体宣发渠道，网媒 PR 稿件报道：针对侯马乡村 e 镇的玩法经验及成果进行宣传，撰写宣传稿件，通过主流网络媒体                                                                                                                                                                                   | 1 | 套 |



|   |               |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |   |   |
|---|---------------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|
|   |               | 上线下销售渠道。                 | 渠道发布链接，分发门户网站链接，分发市级媒体宣传报道链接。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |   |   |
| 6 | 培育乡村 e 镇商业带头人 | 建立电商产业培训孵化中心。            | 提供建筑面积不少于 100 平米培训中心，培训人数不少于 500 人次。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 1 | 套 |
|   |               | 培育一批具有示范带动效应的商业带头人。      | 聘用专家不少于 5 人，提供电商技能课程，培育带头人不少 5 人                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 1 | 套 |
|   |               | 培育一批本地网红，发挥网红效应。         | 提供直播培训课程，培育本地网红数量不少于 5 人。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 1 | 套 |
|   |               | 举办创业创新和技能大赛。             | 每年举办大赛不少于 1 次。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 1 | 套 |
| 7 | 健全电商公共服务体系    | 建立乡村 e 镇电商公共服务中心。        | <p>一、提供大数据中心（至少提供一年软件服务）</p> <p>包括：观测中心：可视化数字大屏，汇报展示，总览全局，包括整体电商概览与品类电商表现。</p> <p>诊断中心：多端分析应用，综合诊断，科学研判。电脑端和手机端双端应用，包括智能简报、区域概览、品类洞察。</p> <p>报告中心：智能化图文报告，自动分析，智能解读，包括区域电商发展简报、品类电商发展简报、区域电商报告。</p> <p>二、公共服务中心运营服务</p> <p>1、配置本地化运营团队；</p> <p>2. 组织不少于 6 场线上专题辅导和沙龙活动，为企业和个人提供电商相关的如短视频拍摄、营销推广、爆款打造、粉丝运营、内容营销等方面的辅导。</p> <p>3. 为本地商家和电商行业从业者提供电子商务政策、技术、业务等各类公共服务，并建立服务档案；</p> <p>4. 全年组建本地电商线上社群 1 个，社群内电商从业人员不少于 200 人。</p> <p>5. 对接至少 3 家本地企业的 10 个产品，帮助制作商品主图与店铺详情页不低于 10 款，完善产品公共素材库，并成功对接分销主体 10 次（含直播带货对接）及建立服务档案；</p> | 1 | 套 |
|   |               | 建立电商产品展示体验中心，宣传展示推介山西优特产 | <p>提供建筑面积 <math>\geq 100</math> 平米，<math>\leq 300</math> 平米展示中心。</p> <p>配置产品线下陈列展示、体验品鉴、销售</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 1 | 套 |



|    |          |                                                 |                                                                                                               |   |   |
|----|----------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|
|    |          | 品和优势资源。                                         | 对接所需要办公设备和展示柜、电脑及直播设备。                                                                                        |   |   |
| 8  | 完善物流配送体系 | 建立乡村 e 镇物流配送中心。                                 | 1. 建设物流配送中心 1 个。2. 建立物流共同配送服务规范。3. 建立侯马物流运营机制。引导侯马快递物流行业向资源整合型方向发展，为农产品出村进城、工业品下乡做好坚实的后盾。                     | 1 | 套 |
|    |          | 推动寄递物流公共信息服务平台建设。                               | 建立寄递物流公共信息服务平台。                                                                                               | 1 | 套 |
| 9  | 优化营商环境   | 在乡村 e 镇内推动“放管服”改革，创新管理模式，提高服务水平，营造良好营商环境。       | 提供针对“乡村 e 镇”制定“放管服”的专门政策咨询服务                                                                                  | 1 | 套 |
|    |          | 完善乡村 e 镇内电商企业信息采集制度，建立健全电子商务统计监测体系，依托大数据技术加强管理。 | 提供电商企业信息采集制度咨询服务                                                                                              | 1 | 套 |
| 10 | 加强宣传强化管理 | 利用各种媒体，加大对乡村 e 镇相关政策、活动、经验、成效的宣传报道力度。           | 整合宣传渠道，对县域电商的典型经验与做法进行宣传，宣传通稿分发市级及以上媒体的宣传报道不少于 2 篇；自建宣传阵地，作为本地宣传推广主阵营，发布关于政策解读、时事报道、活动宣传、培训招募（报名）等内容不低于 80 篇。 | 1 | 套 |

#### 第四条 合同期限

服务期限：自合同签订之日起 1.5 年内（其中建设期 0.5 年），乙方完成本项目规定的所有服务内容，达到晋商建（2022）58 号文件附件《山西省乡村 e 镇建设标准》的约束性要求，项目通过省级主管部门终期考核验收。

#### 第五条 合同金额及结算方式

##### （一）合同金额

合同总金额（大写）玖佰玖拾捌 万元人民币（小写：9980000.00



元) 含税价;

## (二) 付款方式

乡村 e 镇省级专项资金下拨甲方后, 甲方将资金拨付至共管账户。项目费用支出需根据项目进度据实拨付, 由乙方提交项目实施方案, 经甲方审核无误后开始实施, 乙方可根据实施情况提交付款申请, 并在付款申请提交前取得甲方审核出具的验收报告, 手续提交完毕且甲方同意后从共管账户支出。

甲方预留总项目款的 5% 做为质保金, 待项目服务期结束, 且项目终极验收通过后支付给乙方。

每阶段完成后, 乙方均需向甲方提供验收报告、证明材料、正规发票; 用于验收备案存档。

## (三) 资金拨付账号

单位名称: 临汾云时代技术有限公司

账 号: 604103010300000216574

开户银行: 山西侯马农村商业银行股份有限公司营业部

开户银行行号: 402177200013

## 第六条 双方权利义务

### (一) 甲方权利和义务

- 1、甲方有权获取乙方提供的专业化服务。
- 2、甲方保证服务期间, 对乙方工作给予支持, 提供采购需求必须的基础工作条件。
- 3、按合同要求及时向乙方支付服务费。不得以机构变动、人员



更替、政策调整等为由延迟付款，不得将采购文件和合同中未规定的义务作为向供应商付款的条件。

4、甲方有权委派第三方服务公司和会计师事务所对本项目进行日常监管和审计。

5、乙方如在提供方案及服务过程中出现问题，致使提供的服务内容、质量及结果不符合合同内容并拒绝整改，或因泄露秘密或业务资料，给甲方造成损害，甲方有权取消乙方的服务资格，并要求乙方承担与自身过错相适应的甲方的直接损失和间接损失，并向甲方赔偿。

6、乙方如有欺骗行为、不实承诺、不能兑现的承诺，甲方有权终止合同，并要求乙方赔偿由此给造成的甲方的直接损失和间接损失。

## （二）乙方权利和义务

1、乙方有权要求甲方提供为完成本次服务所需的相关材料和相关信息。

2、按照合同约定收取服务费。

3、乙方应保守其在提供服务的过程中获知的有关甲方的任何商业秘密或信息，非经甲方许可，无权向第三方披露或提供。

4、乙方应根据甲方要求，无条件接受和配合甲方或甲方委托的会计师事务所或监理单位进行与本合同相关的审计和督导。

5、乙方在收到资金后，应当按照国家有关财务、会计制度的规定进行账务处理，专账核算，并严格按照规定使用资金，自觉接受商务、财政、审计等部门的监督检查。

6、甲方在工作质量、工作进度、工作内容等方面提出意见及建



议，乙方应及时响应并有效改进。项目统筹中出现重大问题应书面向甲方报告，提出处理意见。

7、乙方对所承担的工作内容、质量和结果承担最终责任。确因乙方过失，致使所承担的工作内容、质量和结果与合同内容不符的，乙方应负责改进和采取补救措施，以保证服务达到约定质量要求。

8、乙方应积极配合甲方组织筹备及完成省市项目检查验收及其它相关工作。验收不合规的，乙方有责任进行整改，直至通过相关单位验收为止。

### **第七条 固定资产产权归属**

本项目中使用专项资金购买的固定资产均属于国有资产，由市商务局会同市财政局共同管理和调配，在项目实施期间由承办企业严格按照国有资产管理办法相关规定使用。对于部分政企共建投入资金形成的固定资产，采用共建共享管理机制。

### **第八条 无形资产产权归属**

本合同实施过程中和实施结果产生所有成果的无形资产产权属于甲方独有，即甲方拥有独有的完全使用权和所有权。乙方保证项目实施过程中不会侵犯任何第三方的产权，由此产生的一切纠纷，乙方承担相应后果。

### **第九条 保密条款**

甲方按照本合同约定向乙方提供的任何资料和信息，除为履行合同约定服务需要向行政机关作出的披露外，不得用于本合同约定服务以外的任何其他用处，亦不得以任何方式向任何第三方泄漏或公开，



并保证在合同约定服务履行完毕后，将所有资料和信息归还甲方。

## 第十条 履约验收

采购人按照《政府采购法》41条、《政府采购法实施条例》45条、财库（2016）205号文件、《山西省财政厅关于印发〈加强政府采购需求确定和履约验收管理办法〉的通知》、87号令74条（适用于公开招标和邀请招标）等规定编制项目履约验收标准；根据招标文件、中标供应商的投标文件等进行验收。

## 第十一条 违约责任

1、乙方未按合同约定提供服务的，每逾期一周，向甲方赔偿合同总金额5%的违约金，违约金累计不超过合同总金额的5%。

2、甲方未能按合同约定的时间和进度支付乙方进度款项，影响工作进度，导致项目验收不合格及工作无法正常推进，甲方承担相关责任。

3、乙方将服务费用于履行合同以外的目的，甲方有权制止并要求其退还相应的费用。经甲方催告后，乙方仍不退还费用或服务费用仍未用作于技术服务工作的，甲方有权解除合同并追究乙方的法律责任。

4、乙方未遵守约定如期完成本项目建设，甲方有权解除合同并要求乙方赔偿相应损失。

5、因乙方原因造成服务成果部分或者全部不符合合同约定条件的，乙方应自费给予完善，合同约定的交付时间不变，造成迟延交付的，甲方已向乙方下达书面整改通知，乙方没有在规定时间内整改



或者整改不到位，若延期交付仍不能达到合同约定条件的，甲方有权解除合同并追究乙方的法律责任。

6、乙方在应对省市及甲方的监督检查时，如发现项目实施不符合采购内容和国家验收标准，乙方应及时进行整改并提请第三方监理进行验收，若三次验收不通过，甲方有权解除合同并要求乙方赔偿相应损失。

7、乙方违反保密规定的，全部责任由乙方承担，并需赔偿甲方由此造成的损失。

## **第十二条 质量保证**

1. 乙方保证按招标文件要求和相应的质量管理体系和质量保证体系，对项目各个环节进行严格的质量管理和质量控制。

2. 乙方须严格按《山西省乡村 e 镇建设标准》，精心组织实施。

3. 项目的质量、技术标准如在招标文件中无相应说明，则按中华人民共和国有关部门颁布的最新国家或专业（部）标准或相应国际标准执行，没有国家或专业（部）标准的，按企业标准执行。

4. 项目实施过程中应严格做好安全防范措施，若乙方项目实施人员在项目实施中造成人员伤亡事故或实施现场防范措施设置不明造成人员伤亡事故，一切责任由乙方负责。

## **第十三条 不可抗力**

1、不可抗力是指合同当事人在签订合同时不可预见，在合同履行过程中不可避免且不能克服的自然灾害和社会性突发事件，如地震、海啸、瘟疫、骚乱、戒严、暴动、战争等。



2、由于不可抗力的原因，而不能履行合同或延迟履行合同的一方可视不可抗力的实际影响免除部分或全部违约责任。但受不可抗力影响的一方应立即通知对方，并于不可抗力发生结束后 10 日内提供相关证明文件。

3、由于不可抗力的原因，致使合同无法按期履行或不能履行的，所造成的的损失有双方各自承担，受不可抗力影响的一方应当采取合理的措施防止损失的扩大，否则应就扩大的损失负赔偿责任，双方均不需向对方承担违约责任。

#### 第十四条 合同变更与解除

本合同期限自签订之日起到合同终止日期。合作期内任何一方不得擅自停止协议，否则应负担所造成的一切损失。合同执行过程中出现的未尽事宜，双方在不违背合同和招标文件的前提下协商解决。协商结果以“纪要”形式作为合同附件，与合同具有同等效力。

#### 第十五条 合同争议解决

因履行合同引起的或与本合同有关的争议，甲乙双方首先通过友好协商解决，如双方协商不能解决时，选择下列方式解决：

- (1) 向甲方所在地仲裁委员会申请仲裁。
- (2) 向甲方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼。

在起诉或仲裁期间，除正在进行的起诉或仲裁部分外，合同其他部分继续执行。

#### 第十六条 合同生效及其他

- 1、合同由甲、乙双方法定代表人或授权代表签字并加盖公章或



合同专用章之日起生效。

2、本合同一式（四）份，甲乙双方各执两份，每份具有同等法律效力。

3、合同执行过程中出现的未尽事宜，双方在不违背合同和磋商文件的前提下协商解决，并签订补充协议。

以下无正文，为本协议盖章签署页。

甲方：（盖章）

法定代表人（或授权代理人）（签字或签章）：

签约日期： 年 月 日

乙方：（盖章）

法定代表人（或授权代理人）（签字或签章）：

签约日期： 年 月 日