

资源县农文旅产业融合 发展项目

(中峰镇抱财丘青创屯项目二期及龙溪村
红色文化场馆运营项目)

采购合同

甲方： 资源县中峰镇人民政府 (采购人)

乙方： 成都吾乡乡村创业孵化器有限责任公司 (成交供应商)

签订日期： 2026 年 07 月 20 日

采购合同（合同主要条款及格式）

项目名称：资源县农文旅产业融合发展项目（中峰镇抱财丘青创屯项目二期及龙溪村红色文化场馆运营项目）

项目编号：GLZC2026-C3-290047-GXHT

甲方：资源县中峰镇人民政府（采购人）

乙方：成都吾乡乡村创业孵化器有限责任公司（成交供应商）

根据《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国民法典》等法律、法规规定，按照磋商文件规定条款和乙方响应文件及其承诺，甲乙双方签订本合同。

第一条 合同标的

1. 合同标的：

项号	采购标的名称	数量	单位	报价（元）
1	资源县农文旅产业融合发展项目（中峰镇抱财丘青创屯项目二期及龙溪村红色文化场馆运营项目）	1	项	798000.00
合计金额				798000.00

合同金额包含本次采购范围内的标的价款，以及完成对项目“采购需求”所承诺的全部服务内容产生的所有成本、保险、税金、利润、项目验收等全部费用。

2. 根据《成交通知书》的成交内容，合同价款为：（大写）柒拾玖万捌仟元整人民币（¥ 798000 元）。

第二条 服务内容及要求

（一）抱财丘旅游运营体系建设

围绕抱财丘“旅游六要素”的短缺环节，重点实施以下内容：

1. 培育“抱财暖居”共享民宿品牌

品牌建设：策划“抱财暖居”公共品牌，制定统一的准入标准、服务规范、安全准则和视觉识别系统（VI），形成“抱财暖居”公共品牌 VI 设计及标准手册 1 套。

示范户培育：在一期意向农户基础上，筛选并签约不少于 5 户示范户，进行“一户一策”的软装改造指导，并开展不少于 3 次接待能力培训（含服务礼仪、维护管理、故事讲述）。

统一运营：成立民宿合作社或明确运营主体 1 个，负责统一营销、客源分配、质量监管和预订结算。

陪伴辅导：项目期间对运营主体和示范户进行持续陪伴辅导，使其逐步掌握运营能力，逐步统一运营标准，形成辅导记录不少于 20 份。

2. 会客区改造

空间改造：按照“游客接待区、文化展览区、公共活动区、产品展售区、旅行代理处”五大功能分区进行室内改造，完善导视系统、家具软装及多媒体设备，形成可投入使用的会客区 1 处。

展陈制作：围绕抱财丘周边的旅游资源进行展陈设计与制作，形成图文、影像或互动装置等展陈内容 1 套，重点烘托村庄的人情味与在地生活方式。

产品展售区：设置专门区域，用于展示和销售本地农特产品、文创伴手礼、手工艺品等，方便游客一站式选购。

旅行代理处：提供周边徒步、户外探险、红色研学等线路咨询与预约服务，游客可在此预约村民向导（如带路徒步、讲解本地风物等），建立完善村民向导预约机制。

运营准备：制定会客区日常管理制度，培训村民担任接待人员，形成运营管理手册 1 份。

3. 座基坪基础户外业态开发

统一规划：组织相关运营主体开展协商，形成《座基坪规划发展方案》1 份，明确烧烤、露营、茶歇等业态的空间布局、经营规范和环保要求。

业态孵化：支持村民以摊车、营地、树屋、竹筏舞台等灵活形式创业，孵化不少于 2 个村民自主运营的户外业态。

基础设施微改造：在座基坪增设生态路径、休憩座椅、夜间氛围灯等，形成安全、美观的户外活动场地 1 处。

4. 旅游伴手礼开发

产品设计：完成 1 套伴手礼的设计（含食品组合、文创小物等），并制作不少于 200 份用于销售和推广。

销售渠道：在会客区、民宿等点位设置伴手礼展示销售点，形成线上线下销售通路。

5. 体验业态开发

业态研发：开发或孵化 2 个体验业态（可选方向：挝茶体验、竹编手作、红提采摘、轻徒步、观鸟等），形成标准化体验流程和定价方案。

上线运营：将体验产品纳入线上预约系统及会客区线下预订，项目期内完成不少于 10 组体验接待。

6. 旅游手册制作

内容编制：制作 1 份（手绘地图+高清照片）抱财丘旅游手册，内容涵盖景点、业态、体验、民宿、动线、服务电话等。

投放使用：置于会客区、民宿、座基坪等空间供游客免费取阅，首期印制不少于 200 份。

7. 学习型业态开发

经验总结：撰写抱财丘发展模式经验总结文章 1 篇，并通过县级及以上媒体或行业平台宣发不少于 2 次。

讲解培育：整理标准化讲解词和参观动线，培育不少于 2 名村民讲解员，具备独立接待考察团队的能力。

8. 旅游运营活动

“资江村 K”：发挥山水实景舞台优势，结合山歌传统，举办 2 场村 K 活动。

社区营造活动：以挝茶、桂北吊锅、糍粑等本土文化为主题，开展 2 场面向游客的社区文化活动，每场活动形成图文及视频记录。

9. 新媒体运营专项

账号搭建：注册并运营“转运就来抱财丘”等统一命名的微信公众号、视频号、抖音、小红书账号，形成账号矩阵。

内容生产：围绕山水疗愈、人情温度和红色精神带来的情绪价值，创作慢生活场景、红色故事、村民日常等主题内容，项目期内合计发布推文不少于 10 篇，短视频不少于 10 个。

转化通道：在账号中建立预约咨询通道，引导游客至会客区或线上平台完成消费转化，形成线上到线下的闭环。

10. 屯级旅游运营团队培育

架构搭建：整合现有公司、民宿示范户、活动积极分子等，形成“1 个平台+多个项目小组”的运营架构，形成组织章程及职责分工文件 1 份。

能力培训：开展团队管理、客户服务、自媒体运营等专题培训不少于 3 次。

核心团队：培育不少于 5 人的核心运营团队，能够独立负责日常接待、活动执行、商户协调等事务，项目期结束前完成团队交接。

（二）龙溪屯精品红色路线优化和运营

1. 龙溪·红色创意体验中心改造

空间改造：按照“体验区、展售区”两大功能分区进行室内外情景化改造，复原红军时期铁匠铺场景，增加与红军在栗传谅家疗养有关的体验项目（如打铁、磨豆腐、挑水等），形成可运营的体验中心 1 处。

体验工具及设备：购置体验所需的简易工具、模具、防护用品等，开发标准化体验物料包并购置 50 套。

展售区设置：制作展售货架及陈列道具，用于销售本地农特产品和后续开发的文创产品。

运营准备：制定体验中心日常管理制度、安全须知及体验流程，培训村民担任体验指导员，形成运营管理手册 1 份。

2. 屯级运营团队培育

团队组建：从龙溪屯招募并培训一支不少于 3 人的本土运营团队，明确岗位职责（接待、讲解、体验辅导、售卖等）。

能力培训：开展红色历史知识、讲解技巧、体验引导规范、销售服务等专题培训不少于 2 次。

陪伴辅导：项目期间对运营团队进行持续陪伴辅导，使其逐步掌握独立运营能力，形成辅导记录不少于 10 份。

3. 深度体验产品开发

产品设计：开发 1 个深度体验产品，方向可选“红色+游戏”（如开发角色扮演解密游戏《寻找粟队长》）或“红色+户外”（如串联长征步道的沉浸式徒步），形成产品方案及执行脚本 1 份。

内测工作坊：举办 1 场内测工作坊，邀请本地村民及目标客群代表参与体验，收集意见建议，形成优化报告 1 份，同时增强村民的文化自信和参与感。

产品上线：将产品纳入线上预约系统及会客区、体验中心线下预订。

4. 周边产品开发

产品设计：开发 3 款周边产品作为伴手礼（如《粟传谅的故事》连环画册、红军主题徽章、红提果干伴手礼包，可根据具体情况调整），完成设计打样及首批生产（每款不少于 50 份）。

销售渠道：在红色创意体验中心展售区、抱财丘会客区等点位设置销售点，实现线上线下同步售卖。

5. 讲解体系优化

讲解词编写：组织本地文化学者、村民代表共同挖掘红色故事，编写新版讲解词 1 份，突出“军民鱼水情”“红军疗养细节”等情感触点。

动线设计：设计“听故事+微体验”的参观动线（如沿途设置铁匠互动点、豆腐品尝点），形成动线方案 1 份。

讲解员培训：对运营团队成员进行新版讲解词的培训及实操演练，确保至少 2 人能够熟练讲解。

6. 活动与宣传

公益文化活动：举办 1 场村内公益文化活动（如重阳节敬老活动，邀请老人分享红色故事），形成活动图文及视频记录。

宣传片拍摄：拳头产品和运营团队组建后，邀请村民参与拍摄 1 个产品宣传片（时长 3-5 分钟），用于线上线下推广。

渠道推广活动：针对关键场景（如党建联动、校地合作、企业团建），开展 1 推广体验活动。

（三）“桂北慢生活起点”全域联动运营

1. 两级旅游治理体系建设

(1) 明确屯内主体分工协作机制

逐步理顺并书面明确村民小组（行政）、运营公司（经济）和屯理事会（社会）三方在旅游和社区发展事务上的主要职责范围与协作流程。

(2) 构建村屯两级联动协商促进平台

屯级：以抱财丘为试点，搭建“合伙抱财共创会”屯级议事平台，项目期内至少召开 6 次会议，推动 6 个具体发展议题解决（如共享民宿标准、户外活动管理、收益分配细则等）。

村级：搭建“大庄田议事汇”村级旅游发展议事平台，由村干部、各屯旅游负责人、重要业态主参加，项目期内至少召开 2 次，推动至少 1 项跨屯旅游联动议题（如两屯间交通接驳、联合营销）。

(3) 建立旅游运营反哺社区机制

以抱财丘为试点，由“合伙抱财共创会”讨论制定初步方案，建立旅游运营收益反哺社区的机制，形成屯内行政、经济、社会三主体的良性联动，确保发展成果惠及全体村民。

2. 全域旅游运营活动

以抱财丘为核心枢纽、龙溪为重点延展区域，联动中峰镇内其他村屯开展以下全域运营推广活动：

主题共创营：聚焦“红色文化数字内容创作”和“桂北慢生活体验设计”两大主题，举办 1 期主题共创营，邀请青年创客、大学生来村共创，提升村庄知名度的同时产出可用的宣传素材与业态方案。

“年度品牌活动”：在“资江村 K”基础上，结合农历六月六建造资江浮桥的传统，在座基坪沙洲搭建临江栈道、舞台和平台，联动资江流域各户外活动点位设分会场，举办“资江户外节”，打造年度品牌活动。

须要完成的服务产出指标

板块	产出指标
抱财丘屯旅游运营体系建设	1. 完成会客区改造 1 处（含五大功能分区），形成运营管理手册 1 份； 2. 完成“抱财暖居”品牌 VI 及标准手册 1 套，筛选签约示范户≥5 户，开展接待培训≥3 次，成立运营主体 1 个，形成辅导记录≥20 份； 3. 形成《座基坪规划发展方案》1 份，孵化村民自主运营户外业态≥2个，完成基础设施微改造 1 处； 4. 设计制作旅游伴手礼 1 套（≥200 份），建立线上线下销售渠道； 5. 开发或孵化体验业态 2 个，完成体验接待≥10组；

	6. 制作旅游手册 1 份（手绘地图+高清照片），首期印制≥200份； 7. 撰写经验总结文章 1 篇，县级及以上宣发≥2 次，培育村民讲解员≥2 名； 8. 举办“资江村 K”2 场，举办社区文化活动 2 场； 9. 注册并运营新媒体账号矩阵（公众号、视频号、抖音、小红书），发布推文≥10 篇，短视频≥10 个）； 10. 形成运营架构文件1 份，开展专题培训≥3 次，培育核心运营团队≥5 人。
龙溪屯精品红色路线优化和运营	1. 完成红色创意体验中心改造 1 处（含体验区、展售区），购置体验物料包 50 套，形成运营管理手册 1 份； 2. 培育本土运营团队≥3 人，开展培训≥2 次，形成辅导记录≥10 份； 3. 开发深度体验产品 1 个（含方案脚本），举办内测工作坊 1 场； 4. 开发周边产品 3 款（每款≥50 份），建立线上线下销售渠道； 5. 编写新版讲解词 1 份，设计“听故事+微体验”动线方案 1 份，培训熟练讲解员≥2 人； 6. 举办公益文化活动 1 场，拍摄宣传片 1 个（3-5分钟），开展渠道推广活动 1 场。
“桂北慢生活起点”全域联动运营	1. 形成《屯内三方职责分工文件》1 份； 2. 召开“合伙抱财共创会”≥6 次（解决议题≥6 个），召开“大庄田议事会”≥2 次（推动跨屯议题≥1 项）； 3. 建立旅游反哺社区试行机制，完成首次反哺分配； 4. 开展全国青年共创营 1 期（产出宣传素材/业态方案≥3 件）； 5. 举办“大型村域品牌活动”1场（可考虑六月六·资江户外节）（参与总人次≥500）； 6. 开展核心区联动活动1场。

第三条 服务期限

自合同签订之日起 8 个月。

第四条 验收标准

1. 本项目采购标的执行国家相关标准、规范。
2. 服务完结后，乙方应向甲方提供服务档案并配合相关监督检查或绩效评价，甲方根据采购需求、乙方响应文件承诺及合同条款进行逐条核验及综合评价，经核验综合评价不合格的，甲方不予验收，乙方应承担由此造成的一切不利后果。

第五条 权力保证

乙方所提供的标的涉及到的知识产权和相关技术资料必须是合法取得的，不会侵犯任何第三方的专利权、商标权、工业设计权或其他权利，不会因为甲方的使用服务成果遭受第三方侵权指控，包括被责令致歉、停止使用、追偿或要求赔偿损失等。否则，乙方负责解决由此引起的一切纠纷，甲方有权追究供应商的法律责任，其不利后果由乙方全部承担。

第六条 付款方式

签订合同之日起 15 个工作日内支付合同款的 30%，项目按进度支付，进度款支付最多支付到合同款的 90%，剩余合同款在项目完成服务材料结项后付清。申请进度款时须根据服务产出指标的内容提供相关服务成果文件才能申请进度款。

第七条 税费

本合同执行中相关的一切税费均由乙方负担。

第八条 知识产权

1. 供应商未经采购人同意，不得以任何形式向任何第三方提供以上项目相关资料、文件及其复制文本。

2. 本合同项下的服务成果包括但不限于设计品、方案的知识产权归采购方所有。

第九条 违约责任

1. 乙方未按本合同要求的服务内容向甲方提供服务的，经甲方书面通知后 5 个工作日内予以整改，否则，甲方有权每次按合同价款的 5% 向乙方收取违约金并赔偿经济损失，且甲方有权终止本合同。

2. 其他违约行为按合同金额的 5% 收取违约金并赔偿经济损失。

3. 甲、乙双方应严格履行合同，除不可抗力情况致使本合同不能履行时或本合同规定的情形外，甲乙双方均无权终止本合同。

第十条 不可抗力事件处理

1. 在合同有效期内，乙方因不可抗力事件导致不能履行合同，则合同履行期可延长，其延长期与不可抗力影响期相同。

2. 不可抗力事件发生后，应立即通知对方，并寄送有关权威机构出具的证明。

3. 不可抗力事件延续六十天以上，双方应通过友好协商，确定是否继续履行合同。

第十一条 合同争议解决

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，可向项目所在地人民法院提起诉讼。

2. 诉讼期间，本合同继续履行。

第十二条 合同生效及其它

1. 合同经甲乙双方加盖单位公章后生效。

2. 合同执行中涉及采购资金和采购内容修改或补充的，需签订书面补充协议报资源县政府采购管理办公室备案，方可作为主合同不可分割的一部分。

3. 本合同未尽事宜，遵照《中华人民共和国民法典》有关条文执行。

第十三条 合同的变更、终止与转让

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

2. 乙方不得擅自转让其应履行的合同义务。

第十四条 签订本合同依据

1. 竞争性磋商文件；

2. 成交通知书；

3. 磋商报价表（含最终报价）；

4. 服务需求响应表;

5. 项目实施方案 (如有)。

本合同经甲乙双方盖章后生效。本合同一式肆份, 均具有同等法律效力。政府采购合同双方自签订之日起 2 个工作日内在省级以上人民政府财政部门指定媒体上公告。

甲方 (公章): 资源县中峰镇人民政府

乙方 (公章, 自然人除外): 成都吾乡乡村
创业孵化器有限责任公司

法定代表人签字: _____

法定代表人 (负责人、自然人) 签字 (属
自然人的应在签名处加盖食指指印): _____

委托代理人: _____

委托代理人: 王斌河

电 话: _____

电 话: 18002193398

开户名称: _____

开户名称: 成都吾乡乡村创业孵化器有限责任公司

开户银行: _____

开户银行: 中国农业银行股份有限公司蒲江大塘分理处

银行账号: _____

银行账号: 22838701040004104

日 期: 2026 年 07 月 20 日

日 期: 2026 年 07 月 20 日

七