# 南宁轨道交通 4 号线平面与多媒体广告

# 发布场地租赁合同

甲方(出租方)：南宁轨道交通集团有限责任公司

乙方（承租方）：

时间：　　年　　月　　日

# 合同条款及格式

# 目　录

1、 南宁轨道交通 4 号线平面与多媒体广告发布场地租赁合同

第 1 条 术语定义

第 2 条 声明和保证

第 3 条 广告发布场地租赁权

第 4 条 履约保证金

第 5 条 合同价格及支付方式

第 6 条 甲乙双方的权利义务

第 7 条 广告及信息

第 8 条 利益冲突

第 9 条 政府干预

第 10 条 知识产权

第 11 条 合同终止

第 12 条 移交及返还

第 13 条 违约赔偿

第 14 条 纠纷解决

第 15 条 不可抗力

第 16 条 其他条款

2、附件

附件一：　《南宁轨道交通站内广告管理办法》

附件二：　《廉政合同》

附件三：　《4 号线广告资产明细说明》

附件四：　《履约保证金保函（格式）》

# 南宁轨道交通4号线平面与多媒体广告发布场地租赁合同

甲方（出租方）：南宁轨道交通集团有限责任公司

乙方（承租方）：

根据《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国合同法》、《南宁市户外广告设置管理条例》、《南宁轨道交通站内广告管理办法》（附件一）及相关法律、法规以及行政规章的规定，甲、乙双方在平等、自愿、协商一致、诚实信用的基础上，本着友好合作、互惠互利的原则，订立如下协议：

**第1条　术语定义**

**1.1 定义**

除非另有说明或约定，本合同中下述用语具有以下特定的含义：

| | |
|---|---|
| 本合同 | 指甲乙双方签订的《南宁轨道交通4号线平面与多媒体广告发布场地租赁合同》（以下简称租赁合同）及附件，以及日后可能签订的任何补充修改合同和附件，上述每一文件均被视为本合同。 |
| 甲方/业主 | 指南宁轨道交通集团有限责任公司 |
| 乙方 | 指在南宁轨道交通4号线平面与多媒体广告发布场地租赁项目竞价中选单位，在本合同约定的范围内租赁南宁轨道交通4号线平面与多媒体广告发布场地使用人。 |
| 广告资源 | 在本合同中特指经甲方认可，并于租赁期内，由乙方根据本合同运营和维护的南宁轨道交通4号线的洪运路站至楞塘村站共16个车站及所有电客车车厢内的平面媒体与多媒体。 |
| 广告发布场地租赁权 | 本合同第3.1规定的含义。 |
| 租赁期 | 指乙方对本合同规定的广告发布场地的租赁期限，详见第3.2规定。 |
| 租赁年度 | 每12个月计为一个租赁年度，共5个租赁年度。 |
| 租赁起始日 | 年 月 日（与开始通车试运营日期一致，如成交日期晚于通车日期，则自合同签订日期起）。 |
| 公历年度 | 指公历的1月1日至12月31日 |
| 广告合同 | 指在乙方租赁期内利用本合同租赁的广告发布场地及提供相关服务而获取收入或报酬的与任何人包括广告客户或其他第三方签订的合同。 |
| 广告收入 | 广告合同的总价，即不扣除各项税、费，亦不考虑给予其销售代理的佣金、回扣、返点和包括呆坏账等在内的任何其他成本的所有收入。 |

| | |
|---|---|
| 广告发布场地 | 南宁轨道交通 4 号线洪运路站至楞塘村站共 16 个车站及其所有电客车车厢内的平面与多媒体广告发布场地。<br>详见附件三（《4 号线广告发布场地明细说明》 |
| 平面与多媒体 | 指甲方许可于广告发布场地内设置的广告媒体，具体为：平面媒体包括站台、站厅、通道、出入口、梯眉的灯箱广告、梯牌广告、电客车内广告框、贴敷式广告（贴敷式广告范围仅包括屏蔽门、通道、出入口、站厅和站台柱子、电客车内空间）。多媒体广告资源包括全线站内 LED 屏、LCD 屏（车站及电客车内）。多媒体广告 LED 屏不含电客车客室内 LED 屏。 |
| 新媒体 | 指在“平面与多媒体”固定点位之外新增的广告设施或广告形式。如：导向广告，冠名权，语音播报，隧道数字媒体等。 |
| 媒体改造 | 指对“平面与多媒体”广告设施和广告形式进行改造的行为和结果。 |
| 适用法律 | 指所有的中华人民共和国大陆地区现行有效的法律、行政法规、地方性法规、自治条例、单行条例、部门规章、地方政府规章及其它具有普照约束力的强制性规范性文件（包括国家、地方和行业的技术标准、规范和要求）。在本合同中，“适用法律”不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾的法律。 |
| 政府部门 | 指中华人民共和国政府及其下属部门，包括对城市地下空间或地铁广告运营具有行政管理权的各级政府及其下属部门。 |
| 工作日 | 指中华人民共和国法定节假日、双休日以及广西壮族自治区、南宁市的地方性节假日、政府发布的放假通知以外的公历日。 |
| 批准 | 指乙方为履行本合同需从政府部门或甲方（按需要而定）获得的许可、执照、同意、批准、批核或备案。 |
| 第三人 | 在本合同中特指依适用法律和本合同约定，受乙方委托履行乙方在本合同项下的某一部分义务的设计机构、制造商、供应商、广告代理公司等，但该委托行为任何时候均不能视为广告资源租赁的转让、变更，也不能减轻或免除乙方在本合同项下的任何责任、义务。 |
| 关联企业 | 关联企业是指法定代表人为同一人的两个及两个以上法人，母公司、全资子公司及控股公司，或受同一法人或自然人直接或间接控制的若干子公司。 |
| 关联交易 | 是指在关联企业之间发生转移资源或权利义务的事项，而不论是否收取价款。 |
| 公益广告 | 是指乙方按照政府部门以及甲方要求刊登的内容和设置比例而刊登的不以营利为目的、为社会提供服务的广告。 |
| 项目组 | 指根据相关中国法律，在甲方所在地，乙方设立的仅经营管理本合 |

| | |
|---|---|
| | 同项下经营范围内广告资源而组建的项目组。 |

**1.2 其它特定术语和释义**

在本合同中，除非上下文另有约定：

1.2.1“人民币”指中华人民共和国法定货币；

1.2.2 本合同中提到的条款和附件均为本合同的条款和附件；

1.2.3 所指的日（天）、星期、月份和年均指公历的日、星期、月份和年；

1.2.4 若要求支付之日为非工作日，则应视要求支付之日为下一个工作日；

1.2.5 所指的合同在任何情况下均包括对该合同及时所作的补充、修改、合并、更替或替代；

1.2.6 表示单数的词语亦包括该词语的复数，反之亦然；

1.2.7 条款标题仅作为参考，不应用于本合同的解释；

1.2.8 凡提及任何一项适用法律应解释为包括对该项适用法律及时做出的修改、综合、补充、或替代；

1.2.9 除非另有表述，时间均指北京时间；

1.2.10 所指的“维修”应始终解释为包括广告资源设施故障修理及材料的更新和更换；“维护”应始终解释为包括广告资源设施的清洁、材料更换和简易修复，除非上下文另有约定；

1.2.11 所指“上下画”指广告画面的更换。

**1.3 保留及除外**

1.3.1 为避免争议，广告发布租赁场地仅支持“平面与多媒体”（1.1 定义），不包括以下内容：

（1）站内商铺、商亭或其他商业设施上租户的名称及商业设施内展示或销售的任何材料；

（2）纪念车票或文化车票等各类车票上的广告；

（3）经营线路的标志、标识、导向牌，包括线路图及街道图等；

（4）车站内经过甲方同意派送的产品或赠品；

（5）甲方的其它产品及服务所做的广告；

（6）与甲方推广活动相关的由赞助商所做的广告；

（7）网站广告；

（8）印刷品广告（印刷品广告是指以纸质或类似于纸质为载体的、可移动的、可携带的出版物和非出版物，包括但不限于报纸、期刊、宣传单张、小册子等）；

（9）付费电话、自动柜员机（ATM）和自动售货机等其他自动设备上的广告，以及产权不属于甲方的设施上的任何机器上面或表面的广告；

（10）轨道交通附属空间及其相关物业出入口通道、由通道接口申请单位投资建设的连

接通道或其他不属于甲方负责投资装修的区域的广告资源；

（11）4 号线换乘站中其他地铁线路轨行区的广告发布场地；

（12）站台及电客车内语音播报的冠名广告；

（13）车站冠名；

（14）车站外的广告（包括车站外立面、风亭、与地铁相连的公交枢纽站、商业街等）；地铁免费报刊、杂志广告；

（15）导向广告，冠名权，隧道区间数字媒体等；

（16）车站站厅通往附属商业空间处的门头、门头往站厅两侧各 5 米的范围、门头至附属商业空间的连接通道的平面广告资源及多媒体广告资源等。

(17)其他第 1 条（1.1 定义）“平面与多媒体”未列明的资源。

**1.3.2 公益广告发布及甲方自身信息发布的保留**

（1）乙方在一般日常经营过程中应按各类平面媒体（不含贴敷式广告）总数量 20%以及 LED 屏、LCD 屏播放时间 30%的比例发布公益广告，但如遇有政府重大宣传活动或特别指示，乙方须无条件按市政府或甲方的具体要求发布公益宣传广告，不受上述公益广告发布总量及播放时间比例的限制，乙方无偿承担公益广告的设计、制作、上下画及人工等成本开支。

如政府部门对公益广告发布的站点、位置有明确要求且不允许变更时，乙方必须无条件接受，如该指定的位置已出售，乙方须收回该位置用以发布公益广告，乙方自行解决与广告客户的广告发布事宜。

（2）根据需要，甲方有权无偿使用并优先挑选各类平面媒体（不含贴敷式广告）总数量 10%、LED 屏播放时间 10%以及 LCD 屏播放时间的 10%的比例的广告资源用以发布甲方自身信息。乙方应根据甲方要求无偿发布甲方自身信息并承担上述信息及广告的设计、制作、上下画及人工等成本开支。自身信息具体指：甲方公司信息、轨道交通文化信息、安全知识教育信息等。

（3）根据轨道交通运营工作需要(不含政府相关部门要求)：

甲方须每年开展 2 次主题车站布置和电客车包装（所有广告发布场地），主题车站布置范围为 1 个车站，电客车包装布置范围为 1 辆电客车，使用周期为 2 个月。乙方无偿提供该区域使用权，并自行解决与广告客户的广告发布位置调整事宜。为了保持站内广告刊登风格一致，同等条件下甲方优先选用乙方作为供货商进行策划、制作、布置等工作。如乙方承接相关策划、制作、安装的，应该按照不高于市场价的标准收取制作、布置等成本费用，否则甲方另行选择其他单位开展相关工作。

（4）根据需要，乙方须在南宁轨道交通 4 号线开通规定时间内，按甲方要求免费设计、制作开通公益宣传广告，并且按照甲方指定发布位置刊登，保证刊登数量不少于灯箱总量的 40%、LED 屏播放时间 40%以及 LCD 屏播放时间 40%的比例，且该宣传广告保留时间不少于 1 个月（从开通之日算起）。同时，在本合同范围内已开通运营区域的广告资源上画率须达到

100%。

**第 2 条　声明和保证**

**2.1 甲方和乙方在此共同声明和保证，在本合同签署日期：**

2.1.1 双方是根据中华人民共和国法律合法成立、有效存续的法人，具有必要的民事行为能力和民事权利能力，有权签订本合同，并能以自身名义行使及履行其在本合同项下的权利和义务；

2.1.2 双方签署和履行本合同是自身的真实意思表示，并已经取得所需的合法授权，各方在本合同中的各项义务均为合法、有效，不存在任何法律上的瑕疵；

2.1.3 双方签署和履行本合同，不违反中华人民共和国相关法律、法规、规章、政府相关主管部门的批准、授权、同意、许可或者法院（仲裁）裁决、命令及其公司章程、管理制度、与第三人之间的合同，或与之相抵触；

2.1.4 双方在签署和履行本合同过程中提供的全部文件、报表、资料及信息是真实、准确、完整和有效的，未隐瞒可能影响本合同履行的任何虚假信息；

2.1.5 本合同是乙方在租赁期内进行广告发布场地广告资源销售、运营及维护的依据之一，也是甲方按照本合同对乙方在租赁期内的代理经营行为实施监督的依据；

2.1.6 本合同并不限制或以其他方式影响甲方行使其法定权利；

2.1.7 乙方单独保证并声明，其已拥有法律、法规要求的广告经营资格并能合法提供广告经营服务，并保证在本合同期内保持这些资质的合法有效。

2.1.8 甲方仅负责提供广告发布的场地，乙方负责办理广告资源合法发布的一切行政审批手续。

**2.2 不转让**

除非本合同另有规定，未得到甲方的书面同意，乙方不得转让其在本合同项下的全部或部分权利和 / 或义务。

**2.3 不涉权**

本合同不构成双方之间的合营、合资、联营、合伙、担保等合同未明确约定的关系。

**2.4 地铁优先**

2.4.1 乙方承认并同意在理解和实施本合同项下的任何条款时优先考虑经营线路的安全、高效及高水平运营。甲方保留因地铁建设及运营需要永久或临时（视需要而定）终止、调整或删减部分已移交乙方经营的广告资源发布场地的权利，乙方应无条件服从并及时提供相应的场地给甲方使用。在任何情况下，甲方因此等行为或与此等行为相关而对乙方造成任何直接或间接损失的，甲方均不承担任何责任；

2.4.2 乙方承认并同意广告发布场地的经营须配合经营线路的客运服务，避免与经营线路内的任何其他系统造成冲突或干扰或对乘客造成滋扰。乙方应就甲方提出的对广告发布场地经营、维修、维护进行变更的合理要求做出积极回应，及时提出方案并解决；

2.4.3 甲方有权在全线开通运营日前根据建设要求及相关限制，调整或删减任何部分广告资源。在任何情况下，甲方因此等行为或与此等行为相关而对乙方造成任何直接或间接损失的，甲方均不承担任何责任；

2.4.4 在不限制第 2.4.1 条实施的前提下，甲方有权根据实际情况为检查、维护和修复经营线路的任何部分或为保证经营线路的安全、高效及高水平运营进行任何行为或事情，包括不限于中断经营线路的运营及关闭经营线路的任何车站。甲方不承担因上述行为给乙方造成的任何直接或间接损失。

2.4.5 乙方设计及规划发布的贴敷式广告不应遮挡、移动、改变车站及电客车上任何运营安全指示、向导指示等标识，广告粘贴须美观且符合标准，且乙方在贴敷式广告施工前必须取得甲方对该方案的审核，同时要符合甲方的相关广告管理办法的要求，否则视为违约，甲方有权追究因此带来的损失。

2.4.6 每列电客车的每节车厢内应张贴至少 1 处《南宁轨道交通线网图》（于电客车内广告框发布）；

2.4.7 因客流组织、优化站内导向指引等需要在部分柱子上增加张贴表示标贴时，乙方应服从安排和无条件移除广告，甲方不承担由此给乙方带来的损失。

**第 3 条　广告发布场地租赁权**

**3.1 租赁标的：广告发布场地租赁权**

本合同广告发布场地租赁权的主要内容是：乙方在租赁期、经营范围（见本条 3.2、3.3 款）内，在按时足额缴纳本合同规定的款项后，有权使用甲方的广告发布场地。乙方有权对合同约定的广告发布场地进行自主经营，包括但不限于按照本合同约定进行广告媒体的推广及营销、运营、管理、维护、发布广告并获取收入，在广告发布场地租赁终止后，乙方按照本合同的约定向甲方返还和移交广告资源发布场地。

**3.2 租赁期**

本合同广告资源发布场地租赁期为　　年，即从 年 月 日起至 年 月　日。

**3.3 经营范围**

本合同经营范围仅限于南宁轨道交通 4 号线洪运路站至楞塘村站共 16 个车站及所有电客车车厢内的平面与多媒体（详见资源明细清单），其他媒体不在本合同经营范围内（见 1.1 平面与多媒体术语定义与 1.3 保留及除外）。

**3.4 乙方经营业务范围**

在本合同约定的租赁期和经营范围内，乙方的经营业务范围如下：

3.4.1 对平面与多媒体提出优化建议，对新增媒体提出规划建议；

3.4.2 协助平面与多媒体设计及质控等工作，跟进广告资源建造；

3.4.3 确保广告灯箱显示效果达到甲方规定的要求；

3.4.4 广告资源的市场拓展及推广；

3.4.5 广告资源的定价（本合同另有约定的除外）；

3.4.6 广告资源的销售；

3.4.7 广告画面制作；

3.4.8 广告上下画；

3.4.9 公益广告或政府征用广告的制作及上下画；

3.4.10 广告效果的跟踪调研；

3.4.11 经营主要广告资源价值及乘客特征的定期调研；

3.4.12 按合同规定对广告资源进行日常巡检、维护和维修；

3.4.13 广告资源的安全检查、安全措施与防范；

3.4.14 甲方交托的任何关于实施广告资源租赁经营的其他任务；

3.4.15 若甲方对平面与多媒体发布规则进行调整，则以甲方发布的最新版本为准，乙方必须无条件接受及执行；

**第4条　履约保证金**

**4.1 履约保证金的支付**

为保证乙方在本合同项下的广告发布场地租赁权利和相应义务能够得到积极、全面的行使和履行，保证按照本合同约定向甲方支付租赁费，乙方同意向甲方支付履约保证金。履约保证金的提交方式为现金转账（可从竞租保证金中结转，若竞租保证金不足以交纳履约保证金，则须在10个工作日内补齐足额保证金）或履约保函，如提交履约保函，则须严格采用南宁轨道交通集团有限责任公司认可的银行和指定的格式（见附件四）。

4.1.1 履约保证金金额为本项目5年租期竞拍成交价的1/10，即￥_____元（大写：_____）。

4.1.2 如履约保证金支付方式为现金转账，须在本合同签订后的10个工作日内支付。如履约保证金支付方式为履约保函，则须在本合同签订后30个工作日内提交经甲方认可的银行保函。履约保证金逾期未完成支付或未提交合格保函，甲方有权解除合同，没收竞租保证金，乙方还应当赔偿甲方的损失，包括但不限于重新选择承租方的费用。

4.1.3 履约保证金（保函）的有效期为本合同租赁期满截止日，乙方在提交履约保证金（保函）后，一直到租赁期满，根据履约期间索赔情况，将剩余履约保证金无息退还承租方。

4.1.4 乙方在合同期内须提供有效的履约保证金保函，若保函的有效期短于合同期限，乙方须在保函到期前1个月之前重新提交有效的履约保证金保函。如乙方没有按期提供有效的新保函，甲方有权提取履约保证金。

**4.2 履约保证金的作用**

4.2.1 如乙方发生违约或侵权事项，甲方发出书面通知5个工作日后，乙方拒不改正或赔偿的，甲方有权提取履约保证金项下的全部或部分款项，包括但不限于如下情况：

（1）乙方逾期60日未向甲方支付租金；

（2）乙方侵犯第三方的合法权益但拒不赔偿的；

（3）其他违约或侵权事项。

4.2.2乙方有权对甲方根据第4.2.1条约定提取履约保证金项下的部分及全部款项提出辩解并有义务提供证明材料。乙方可于甲方发出书面通知后5个工作日内提出辩解，但该辩解并不影响甲方提取履约保证金项下的部分及全部款项的权利。

4.2.3如果甲方依据适用法律或本合同约定，提取履约保证金的全部或部分款项，乙方须于甲方提取款项后5个工作日内，将履约保证金数额补充使之恢复到第4.1.1条约定的金额，并向甲方提供履约保证金已恢复至该金额的书面证据；如乙方未在规定时间将履约保证金数额恢复到第4.1.1约定的金额，则甲方有权提取履约保证金的剩余款项，并向乙方发出解除合同通知书，解除合同通知书发出之日即本合同解除之日。履约保证金无法弥补甲方因乙方违约或侵权而造成的损失的，乙方仍应当承担赔偿责任。

4.2.4甲方行使履约担保项下的权利不损害甲方在本合同项下的其他权利，并且不应减轻或免除乙方不履行本合同义务而承担的责任和义务。

**第5条　合同价格及支付方式**

**5.1广告发布场地租赁费（以下简称“租赁费”）**

租赁费即甲方通过本合同将经营线路内的广告发布场地交由乙方在租赁期内经营使用而获取的租金。

甲方通过本合同，将合同约定的广告发布场地交由乙方在租赁期内经营使用，根据自主经营风险自负的原则，乙方在租赁期内无论广告经营情况盈亏与否，都有义务向甲方支付广告发布场地租赁费。具体缴纳方式及数额按本合同第5.2条规定。

**5.2租赁费的数额**

本合同约定的5年租赁费总金额即本合同总金额为￥　　万元；（大写人民币　　元整），详见下表。

**5.2.1本合同广告发布场地租赁费报价总表**

| 租赁阶段 | 租赁费金额（人民币） |
| --- | --- |
| 首年租赁费 | 小写：￥　　万元 |
| | 大写：　　元整 |
| 年租金递增率 | 以首年租赁费为基础，以后每年年租金递增率以上一租赁年度为基数，递增率分别为：第二年度约为　%；第三年度约为　%；第四年度为　%，第五年度约为　%。 |

**5.2.2租赁费一览表**

| 年度 | 期次 | 起止日期 | 租赁费（单位：万元） | |
|---|---|---|---|---|
| | | | 本期<br>租赁费 | 其中电客车内广告<br>发布场地租赁费 |
| 第一年度 | 第一期 | 年月日—年月日 | | |
| | 第二期 | 年月日—年月日 | | |
| | 第三期 | 年月日—年月日 | | |
| | 第四期 | 年月日—年月日 | | |
| | 年租赁费小计 | | | |
| 第二年度 | 第一期 | 年月日—年月日 | | |
| | 第二期 | 年月日—年月日 | | |
| | 第三期 | 年月日—年月日 | | |
| | 第四期 | 年月日—年月日 | | |
| | 年租赁费小计 | | | |
| 第三年度 | 第一期 | 年月日—年月日 | | |
| | 第二期 | 年月日—年月日 | | |
| | 第三期 | 年月日—年月日 | | |
| | 第四期 | 年月日—年月日 | | |
| | 年租赁费小计 | | | |
| 第四年度 | 第一期 | 年月日—年月日 | | |
| | 第二期 | 年月日—年月日 | | |
| | 第三期 | 年月日—年月日 | | |
| | 第四期 | 年月日—年月日 | | |
| | 年租赁费小计 | | | |
| 第五年度 | 第一期 | 年月日—年月日 | | |
| | 第二期 | 年月日—年月日 | | |
| | 第三期 | 年月日—年月日 | | |
| | 第四期 | 年月日—年月日 | | |
| | 年租赁费小计 | | | |

**5.3 租赁费的支付方式**

5.3.1 年度租赁费的支付

按先交后用的原则，租赁费按季度结算，乙方应每季度缴纳一次。首期租赁费须于合同租赁期开始前一次性支付，首期结束前支付下一期租赁费，往后租赁费缴纳时间以此类推，乙方以转账方式将当期租赁费全款一次性转入甲方指定账户。（另附：甲方指定账户的信息）

根据5.4条约定对租金进行调整的，不影响合同约定的当期租金交纳时间及金额，调整的租金金额待双方确定后，在下一期租金交纳时计算核减或核增。

5.3.2 发票的开具

甲方在收到第5.2条所述的款项后30个工作日内向乙方开具合法有效的租赁费等额增值税专用发票。其中电客车内广告租金按照有形动产经营租赁税率开具发票，其余按不动产经营租赁税率开具发票。

**5.4 租赁费的调整**

5.4.1 以下情况，租赁费不予调整：

(1)因乙方改造或调整等原因导致广告媒体的数量出现减少；

(2)电客车内的平面与多媒体广告资源数量以实际投入运营数量为准；

(3)本合同范围内贴敷式广告发布数量以甲方审批为准。

5.4.2 如甲方首次交付乙方使用的全线运营段平面与多媒体的类型、规格和数量如与附件中所列的类型、规格和数量有差异，以实际移交的类型、规格和数量为准，同类数量的总数差异不到10%，租赁费不因该差异而调整；同类数量的总数减少超过10%（含10%），甲方则将合同租赁期延长30个日历天给予乙方无偿使用，甲方不再做任何租赁费调整或其他补偿，同类数量总数增加超过10%（含10%），则参照5.4.3。如乙方对本项目平面与多媒体的类型、规格、数量及质量有异议，须在合同签订之日起一个月内正式一次性向甲方书面提出，否则视为乙方无异议。

5.4.3 甲方根据本合同，如果甲方永久终止、删减或增加的平面与多媒体（见第1条定义）的数量，或实际建成数量与规划的资产明细清单数量有增减的，增减量超过本合同附件三明细清单中同类型广告资源总量的10%（不含10%），可以相应调减或调增租赁费，否则不予调整租赁费。除租赁费外，本合同涉及的其他项目费用均不作调整。扣减或增加的数值计算的方法及公式如下：扣减或增加的广告价值 =同类型广告资源评估的单价（根据甲方委托第三方评估单位出具的评估报告中的同类型广告的年单价）×A×N×同类型广告资源扣减或增加的数量。

其中A=最终成交价除以挂牌底价

N=广告资源减少（或增加）天数／365（指自然天数）。

5.4.4 为保证国有资产保值升值，若因通货膨胀、货币贬值等情况导致价格严重与甲方出租目的不符时，甲方有权要求对租赁费进行调整。

5.4.5 乙方承诺对上列计算和调整方式不持异议，否则，乙方不同意调整的，甲方有权解除合同，且乙方不得因此追究甲方的违约责任。

**5.5 租赁费的退回与不退**

甲方已收取的租赁费不予退回，除非甲方因自身的原因要求提前终止本合同。在甲方因自身的原因要求提前终止本合同的情形下，甲方只退还当年度已经提前收取的部分年度租赁

费，即按照本年度实际经营的天数计取已发生的年度租赁费，退还余额=当年度已收缴租赁费-已发生的年度租赁费，由甲方不计利息退回乙方。其他以往已经收取的年度租赁费不退回。

**5.6 税费**

甲乙双方应各自承担按照中国政府现行的税法及相关法规规定应缴纳的各项相关税费。

在中国境外和香港、澳门及台湾区域发生的与本合同有关的一切税费均由乙方负担。

**第 6 条 甲乙双方的权利义务**

**6.1 甲方权利义务**

6.1.1 负责协调广告设备供货、安装等相关单位在广告设施保修期内对广告设备进行维修；保修期结束后，仅负责对甲方投资建设的多媒体设备（不含 LED 终端屏）进行维护维修，但因乙方原因导致的损坏由乙方负责维护维修。

6.1.2 负责提供未经乙方改造过的广告设备用电，并承担电费。

6.1.3 就甲方提供的平面与多媒体广告发布场地用于广告经营的事宜与政府相关管理部门进行协调和正式沟通。

6.1.4 甲方有权获取以下资料，乙方必须予以配合：甲方可以书面通知的形式，要求乙方按通知书所指明的方式及时间，向甲方提供与本合同约定的义务、业务和事宜相关的资料，包括但不限于：乙方已经全面履行本合同义务的文件资料、乙方的广告发布记录、乙方与第三方签订的广告发布合同等。

6.1.5 甲方可以书面通知形式，要求乙方在合理的期间内：

（1）按通知书所指明的格式及合理时间，向甲方提供广告发布记录的副本；

（2）准许甲方查阅广告发布的所有记录；

（3）为全面了解及掌握轨道交通广告资源的经营状况，甲方有权复印广告发布的所有记录。

**6.2 除适用法律和本合同约定的其他义务外，甲方的一般义务还包括：**

6.2.1 甲方应尽量防止和减少可能产生的其他人（无论是否经甲方委托）对广告资源发布场地经营的干预、干扰、影响和破坏；

6.2.2 甲方应向乙方的员工或其委托的第三方为经营广告资源而进入广告资源发布场地提供适当便利，如广告形象推广，创意广告发布等。甲方有权在防止滥用此等便利的前提下向乙方收取合理费用；

**6.3 乙方权利义务**

在整个租赁期内，乙方应根据本合同的约定支付租金并自行承担广告经营相应费用和风险，自主管理、运营、维修、和维护广告发布场地及发布媒体，包括但不限于：

6.3.1 乙方须按照广告资源日常维护的技术标准及规范，做好广告资源的维护、维修工作，确保广告资源处于良好的状态。乙方须按甲方提供的要求制作多媒体广告视频，如乙方

提供广告视频存在问题导致LED屏及LCD屏（含电客车客室LCD屏）无法正常播放，由此造成的一切损失由乙方承担。

乙方在刊登或清除广告画面过程中造成电客车出现刮痕或油漆脱落等情况，因扣修对甲方造成的损失，甲方有权要求乙方进行赔偿。赔款算法为：全线日均客流量/上线运营车辆数×票价3元×扣修天数。一旦发现电客车损伤，乙方应立即无条件配合修复，且在电客车修复过程中产生的一切费用由乙方承担。

6.3.2 具备不间断供应可销售广告资源的能力，确保所有广告画面的制作质量和表现效果达到甲方的标准；

6.3.3 根据适用法律和本合同的约定，在确保地铁安全及高效运营的前提下经营广告资源；

6.3.4 制定并执行符合本合同的约定且满足实际运营需要的广告资源经营的相关规定；

6.3.5 拥有充足的专业人员队伍和必要的人才储备，并保证其所有从业人员具备履行其相应职责的技能和资质；

6.3.6 建立健全检测和检验制度，按照国家或行业约定的要求检测广告资源，定期检测广告资源，做好各项检测记录以及分析资料和报表的汇总、归档；

6.3.7 对广告资源的状况性能建立相关资料并定期进行收集、归类和整理，完善设施信息化管理系统，保持广告资源处于良好使用状态，并在甲方的要求下将资源运营情况报告给甲方；

6.3.8 严格遵守甲方关于在广告资源发布场地内对广告发布场地经营及维护的指引及相关管理规定；

6.3.9 确保广告客户服务标准或售后服务措施达到甲方的标准，并监督广告客户履行甲方广告发布场地的相关管理办法；

6.3.10 保持良好的媒介关系和公共关系；

6.3.11 协助与政府相关管理部门的协调和正式沟通；

6.3.12 除非本合同另有约定或预先取得甲方书面批准，乙方不得将广告发布场地租赁使用权及相关权益以转让、出租、赠予、抵押或质押等任何方式处置给任何第三人，不得无故终止广告资源发布场地租赁，且不得为广告发布场地租赁的经营制造妨碍；

6.3.13 未经甲方书面同意，乙方不得将其在本合同项下的部分或全部权利或义务委托给第三人履行。该委托行为任何时候均不能视为广告资源发布场地租赁的转让和变更，也不能解除乙方在本合同项下的任何责任、权利和义务，且乙方应将对第三人的行为、疏忽、违约和过失承担连带责任；

6.3.14 乙方须承担于租赁期内的广告资源（本合同1.1定义中的平面与多媒体）推广、销售、运营、管理、维护维修及更换的所有一切费用，包括但不限于经营广告资源的制作、编辑、版税等。（本条款中的“维护维修及更换”的范围为6.1.1条款中注明由甲方负责以

外的广告资源。）

6.3.15 乙方须确保租赁期内所有广告发布场地无内容空置（俗称开天窗）现象（否则应无偿发布公益广告）；

6.3.16 乙方委托第三人履行本合同项下部分义务，须取得甲方书面批准方可实施。

7.3.17 为监督、检查本合同履行的情况，甲方有权审查本合同项下与广告资源经营业务相关的经营合同、经营管理纪录以及会计账簿、会计凭证，乙方应确保其提供必要的协助和支持。

6.3.18 权利限制

（1）在租赁期内，乙方不得在广告发布场地经营范围内自行或允许他人从事任何其他经营活动；

（2）在广告发布之前，乙方须按照南宁轨道交通地铁站内广告管理办法的要求将广告发布审批材料送达甲方审批，甲方有否决的最终权利。甲方的审批不减轻、不免除乙方应当承担的法律责任。

6.3.19 乙方应按约定的格式就服务事项备存记录，包括：

（1）广告销售记录；

（2）广告位上下画或发布详细记录；

（3）维护、维修及清洁记录；

（4）媒体使用的详情；

（5）安全检查记录；

（6）甲方要求的其他记录。

6.3.20 乙方按季度定期把广告投放单位的合同台帐及合同复印件报甲方备案，合同台帐内容包括合同名称、广告投放方、广告投放位置、投放日期、合同金额、联系人及联系电话。甲方有权不定期抽查合同台帐、合同内容的真实性，每次抽查如发现有虚假内容，按违约处理，由乙方向甲方交纳违约金5000元/单。

**6.4 除适用法律和本合同约定的其他义务外，乙方的一般义务还包括：**

6.4.1 接受甲方的监督、监管、检查；

6.4.2 乙方保证其自身具有广告资源经营所需的所有批准文件和资质，保证其自身在租赁期内维持上述批准文件和资质所要求的条件；

6.4.3 乙方应确保本合同项下签订的与广告资源有关的任何其他合同都能符合本合同的约定和都能确保本合同的履行；

6.4.4 除乙方根据适用法律和本合同约定采取安全保障措施外，在租赁期内，如乙方发现任何危害广告资源发布场地安全运营的任何行为，或任何可能影响广告发布场地安全运营的作业，乙方应及时向甲方进行报告；

6.4.5 任何第三方及其代理人在本合同约定范围内所有作为或不作为均视同乙方的作

为或不作为；

6.4.6 乙方不得与第三方签订有限期超过本合同租赁期、经营范围的广告合同或相关合同。如果乙方签署有效期超过租赁期的任何与广告发布场地租赁权有关的重大合同或具有法律约束力的文件，应事先征得甲方的书面同意并签订补充协议。未获得甲方的书面同意和签订补充协议，乙方不得签署该等合同或具有法律约束力的文件，否则甲方对该等合同或文件既不承认也不执行，由此造成甲方或第三人等相关方面的损失均由乙方承担；

6.4.7 乙方应遵守现行的社会保障和劳动保护法规，尊重职工的权利和严格执行安全法规及有关标准，自行解决与劳动者的纠纷，不得对甲方及广告资源租赁场地造成不良影响；

6.4.8 乙方缴纳所有税金及行政性收费；

6.4.9 乙方应对广告资源在销售、运营和管理工作中可能发生的侵犯知识产权而引起的诉讼承担应诉和赔偿责任；

6.4.10 乙方须遵守甲方发布的《南宁轨道交通地铁站内广告管理办法》（附件 1），如果甲方有更新或修订，则以甲方发布的最新版本为准，不得违反以上相关规定，否则视为乙方违约，甲方有权按照本章第 13 条的规定追究其违约责任并单方解除本合同；

6.4.11 乙方保证谨慎行使本合同授予乙方的广告发布场地租赁权；

6.4.12 合理使用甲方提供的广告发布场地及设施；

6.4.13 乙方应服从与配合甲方相关要求，并自行组织安排对运营和维护广告资源所需要的人员进行适当的施工及安全培训。

**6.5 甲方的检查和考核**

6.5.1 为本合同之目的，甲方或其指定机构或其书面授权的任何第三方有权在预先通知的情况下检查广告资源设施运营情况。乙方有义务或使其委托的第三人提供工作配合和支持；

6.5.2 甲方或受其委托的第三方进行上述检查的费用由甲方承担。若检查结果表明乙方未在甲方规定的时间内完成整改并达到甲方要求，视为乙方违约，甲方有权追究其违约责任。

**6.6 临时报告**

乙方应当在下列事项出现前/后 10 日内以书面形式报告甲方并提供相关材料：

（1）发生影响广告资源技术、安全、质量的重大事项；

（2）乙方签署可能对广告资源经营有重大影响的合同或意向书；

（3）乙方董事会、监事会作出的有关本合同项下广告业务的决议可能影响或涉及本合同履行的；

（4）乙方的股东、实际控制人变更或持股比例变更、或发生减少注册资本或公司分立、合并等重大变更；

（5）其他对广告资源经营有重大影响的事项。

**6.7 安全制度**

6.7.1 乙方在广告资源经营过程中必须严格遵守法律法规、政府政策及甲方规定的各项

安全管理制度和规范。必须遵守甲方的各项安全管理制度和规范，现场工作计划，应提前报甲方审核批准后方可实施。建立和完善安全责任制度，建立安全生产保证体系，保障广告资源安全和稳定运行和服务，防止责任事故发生。所有设施及工作均不得对运营服务和乘客造成影响；

6.7.2 乙方要加强广告设施的安全巡检，消除安全隐患。广告设施故障影响运营服务及美观的，必须在 24 小时内整改。对危及广告资源安全的案情应及时制止，并报告有关部门，同时应进行宣传、解释、劝阻和书面告知违反约定的单位或个人进行整改。对逾期不改的，乙方向甲方书面报告。如法律法规要求乙方向有关政府部门报告的，乙方须按法律法规的要求执行；

6.7.3 乙方应为雇员、代表或第三人提供适当的安全培训，包括但不限于参加甲方组织的广告发布场地安全培训课程，甲方有权按该课程的培训成本向乙方收取适当费用；

6.7.4 广告发布场地的消防安全：

（1）乙方在广告发布场地经营中，如需要进行媒体改造，其改造的方案必须符合消防法律法规及甲方的规范要求，取得甲方及/或相关政府行政管理部门的审批同意后方可实施。在媒体改造或新媒体开发的实施过程中，严格遵守消防规范要求，法律法规或甲方规定必须验收的，验收通过后方可使用，否则必须按要求整改直至符合消防规范要求和甲方的规范要求；

（2）乙方在广告发布场地经营中，广告资源的日常维护、更新等所有的材料、设备、设施必须符合地铁环保、消防安全要求。

6.7.5 政府部门的安全巡查

政府行政管理部门在巡查过程中发现广告资源存在安全隐患必须整改的，乙方必须全力配合支持，并立即按照其要求进行整改，直至达到符合规范要求的标准。如政府部门对此进行处罚的，由乙方承担责任。如甲方因此受到政府部门的处罚，有权向乙方追偿并追究其违约责任。

6.7.6 甲方的安全巡查

甲方有权随时对广告资源进行安全巡查，乙方必须全力配合支持。如发现乙方未严格遵守法律法规、政府政策及甲方规定的各项安全管理制度和规范的，甲方有权发出整改通知书，乙方必须在限期内完成整改，达到安全规范要求。逾期不整改的，视为乙方违约，甲方有权追究其责任直至解除合同。

6.7.7 安全责任的承担

本合同项下的广告资源在运营过程中产生的所有安全责任事故的后果由乙方承担。

**6.8 新媒体开发**

6.8.1 在租赁期内，甲方和乙方均有权建议开发新媒体。甲方进行公开挂牌交易，在同等租赁费条件下优先由乙方开发，新媒体的所有权归甲方所有；

6.8.2 新媒体开发实施必须遵守 6.7.4 条关于消防安全的约定。

6.8.3 如以上新媒体的开发与国家法律法规和/或行政机关的管理办法（政策）相冲突，则以法律法规和政策有关规定为准。

**6.9 媒体改造**

6.9.1 乙方可在租期内对本合同租赁范围内的平面与多媒体进行媒体改造，乙方提出对原有媒体改造方案必须经甲方审批后方可实施；媒体改造的费用全部由乙方负责；

6.9.2 媒体改造方案及媒体改造的实施必须遵守 6.7.4 条关于消防安全的约定；

6.9.3 改造后的广告发布场地设施所有权归甲方所有，租赁期结束后乙方须按照现状在良好状态下返还甲方，甲方不需为此承担任何费用。

6.9.4 媒体改造后的广告设备电费由乙方承担，具体电费收费周期及计算方式如下：

（1）一年一缴，即乙方应于　月　日前缴纳当期电费；

（2）电费=电费单价×广告设备功率×每日运营时长×运营天数（电费单价为供电局发布目录电价加上用电公摊及损耗，用电公摊及损耗为 8%，广告设备功率值以乙方委托的第三方检测机构出具的功率值或者电表读数为准，每日运营时长、运营天数根据实际数据计算，以甲方当期正式书面通知为准）

（3）乙方所委托的第三方检测机构须通过甲方认可，且所有发生的费用由乙方承担。

**6.10 甲方的审批**

在任何情况下甲方对第 6 条所述事项的审批不减轻、不免除乙方应当承担的合同责任和法律责任。

**第 7 条　广告及信息**

7.1 乙方从事广告经营活动，应当遵守《中华人民共和国广告法》等适用法律、行政法规、规章，遵循公平、诚实信用的原则。这些遵守行为包括但不限于：

（1）广告应当真实、合法，符合社会主义精神文明建设的要求；

（2）广告不得含有虚假的内容，不得欺骗和误导消费者；

（3）广告内容应当有利于人民的身心健康，促进商品和服务质量提高及保护消费者的合法权益，遵守社会公德和职业道德，维护国家的尊严和利益；

（4）广告不得有下列情况：

A、使用中华人民共和国国旗、国徽、国歌；

B、使用国家机关工作人员的名义；

C、使用国家级、最高级、最佳等用语；

D、妨碍社会安定和危害人身、财产安全，损害社会公共利益；

E、妨碍社会公共秩序和违背社会良好风尚；

F、含有淫秽、迷信、恐怖、暴力、丑恶的内容；

G、含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容；

H、妨碍环境和自然资源保护；

I、不利或有损甲方或南宁地铁形象的内容或情况；

J、法律、行政规定约定禁止的其他情况。

（5）广告不得损害未成年人或和残疾人的身心健康；

（6）广告中对商品的性能、产地、用途、质量、价格、生产者、有效期限、允诺或者对服务的内容、形式、质量、价格、允诺有表示的，应当清楚、明白；

（7）广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语，应当真实、准确，并表明出处；

（8）广告中涉及专利产品或者专利方法的，应当标明专利号和专利种类。未取得专利权的，不得在广告中谎称取得专利权。禁止使用未授权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利做广告；

（9）广告不得贬低其他生产经营者商品或者服务；

（10）广告应当具有可识性，能够使消费者辨明其为广告；

（11）不得以新闻报道形式或其他误导消费者的形式发布广告；

（12）不得为麻醉药品、精神药品、毒性药品、放射性药品等特殊药品做广告；

（13）不得发布烟草广告；

（14）食品、酒类、化妆品广告的内容必须符合卫生许可的事项，并不得使用医疗用语或者易与药品混淆的用语；

（15）不得发布违反国家广告法规规定的其他内容；

（16）不得发布损害甲方形象、声誉的广告；

（17）不得发布与甲方运营有竞争内容的广告；

（18）不得发布侵犯他人肖像权、隐私或侵犯他人其他合法权益的广告；

（19）医疗、美容、整形、内衣等广告发布须经甲方审批同意。

**第8条　利益冲突**

乙方不得直接或间接利用本合同项下之权利从事损害甲方利益的关联交易，乙方同意甲方在租赁期内可对乙方进行检查及要求乙方整改直至甲方满意为止。

**第9条 政府干预**

9.1 乙方承诺广告资源的经营必须服从政府在重大活动、重大事件、突发事件或其他任何事件发生时的征用或统一调度。

9.2 租赁期内，由于政府对广告资源的管理、经营进行干预而影响广告资源的正常经营所引致乙方损失，甲方不予承担。但甲方可以协助乙方向有关政府管理部门争取正常的经营条件。

**第10条　　知识产权**

**10.1 一般规定**

10.1.1 乙方应保证甲方永久享有乙方为本合同项下提供的软件、技术资料的合法使用权，并保证甲方免受第三方提出侵犯其任何专利、注册的设计、版权、商标或商品名称或其他知识产权的起诉及索赔；

10.1.2 由甲方向乙方提供的文件和计算机程序，或者主要在这些文件和计算机程序的基础上制作的文件和程序及其复制件，应属于甲方的财产。这类文件、计算机程序或其复制件只能用于乙方履行本合同之目的。除非甲方和乙方另有合同，否则这类文件、计算机程序或复制件应在租赁期结束时返还予甲方；

10.1.3 由乙方向甲方提供的文件和计算机程序，或者主要在这些文件和计算机程序的基础上制作的文件和程序及其复印件，应属于乙方的财产。这些文件、计算机程序或其复制件只能用于甲方履行本合同之目的。在广告资源移交回甲方后，甲方有权获得这些文件、计算机程序及其复制件，并有权获得免交使用费的许可（如需支付费用，乙方应于交付前已付清该费用），甲方仅可在运营与维护广告资源设施方面使用这些文件、计算机程序及其复制件；

10.1.4 依本合同由乙方以授权许可及/或转让方式向甲方提供的任何知识产权仅限于由甲方应用于广告资源发布场地。

**10.2 保密**

10.2.1 任何一方或其雇员、顾问或代理人获得的所有资料和文件（不论是财务、技术或其他方面），如果尚未公布或公开的，未经另一方事先书面同意，在租赁期届满之日起两年不得向第三方透露或公开，各方应保证其代理、代表、承办商或员工均不泄露本合同或本合同取代的任何合同的任何条款，不泄露在谈判过程中获取的另一方的保密资料；

10.2.2 但是以下情况除外：

（1）一方以不违反保密义务的方式从其他人已经取得的信息；

（2）一方独立开发的信息；

（3）按照适用法律，或政府部门、司法机关的要求，或为审计或财务报表中的披露目的而进行披露的信息；

（4）本合同项下明确允许的披露。

**第 11 条　合同终止**

**11.1 正常终止**

本合同约定的租赁期届满，乙方的广告资源发布场地租赁使用权终止。乙方应当将广告发布场地（包括但不限于房屋、建筑物、构筑物、场地、空间、设施、设备等）完好、无偿返还给甲方，甲方无须为此向乙方承担任何形式的补偿责任。

**11.2 提前终止**

11.2.1 租赁期内，如双方协商一致均同意提前终止本合同的，可提前终止本合同。广告资源发布场地租赁终止后，乙方应按本合同第 12 条的返还规定执行，甲方无须为此向乙

方承担任何形式的补偿责任；

11.2.2 双方应诚实、全面、充分履行本合同，无法定理由或本合同约定单方解除之理由，任何一方均不得擅自提前终止本合同。

**11.3 违约终止**

11.3.1 租赁期内，乙方有下列行为之一的，甲方除有权追究乙方违约赔偿责任外，有权发出解除合同通知书解除本合同：

（1）发生破坏广告资源租赁场地设施及 4 号线相关设施，出现重大质量、安全事故，导致广告资源发布场地内无法正常运营或导致甲方声誉或财产严重受损等情形；

（2）未根据本合同约定提交、补足履约保证金；

（3）擅自停业、歇业超过 3 天，或被撤销、解散、宣告破产或清算；

（4）宣传推广、销售、营运、维护广告资源的行为严重违法、违规（如因广告经营行为违法被相关政府部门给予行政处罚）；

（5）做出的任何声明与保证被证明在做出时实质上不属实，导致乙方的履约能力下降或可能引起乙方履约能力受到不利影响的；

（6）乙方在投标、竞租、签署和履行本合同过程中向甲方提供虚假的文件、报表、资料及信息或隐瞒重要的文件、报表、资料及信息、事实，导致乙方的履约能力下降或可能引起乙方履约能力受到不利影响的；

（7）租赁期内，甲方发现乙方是通过欺诈或隐瞒事实等形式取得本项目“承租方资格条件”参与竞租并成为承租方的，甲方有权终止本合同，没收乙方的履约保证金，并要求乙方赔偿由此给甲方造成的经济损失，包括但不限于重新选择承租方的费用。

（8）租赁期内，乙方如发生变更公司高管、转让公司股份、投资人变动等情形，被甲方核实乙方实为不得参与竞租的公司或与不得参与竞租的公司有特殊关联的，视为乙方在竞租过程中存在隐瞒和欺诈，甲方有权终止本合同，没收乙方的履约保证金，并要求乙方赔偿由此给甲方造成的经济损失，包括但不限于重新选择承租方的费用。

（9）未经甲方事先书面同意，对广告资源及有关财产以及其在本合同项下获得的权利设定任何抵押质押或其它担保物权的；或未经甲方事先书面同意，将本合同项下的广告资源以转让、抵偿、赠送等形式处置给第三方的；

（10） 未经甲方事先书面批准同意，将乙方于本合同项下的全部或部分义务委托给第三方履行的；

（11）未按时支付任何广告资源租赁费且延迟时间达到 60 天的；

（12）乙方违反甲方发布的《南宁轨道交通集团地铁站内广告管理办法》及相关广告资源安全管理协议最新版本的规定，并在甲方规定的时间内未完成整改；

（13）乙方在合同期内丧失本合同约定的广告经营相关资质的；

（14）发生安全责任事故或其他严重影响地铁正常运营的行为的；

（15）除上述条款已有约定外，乙方未履行本合同项下的其他重要义务并构成对本合同的实质性违约，或导致甲方的合同目的无法实现，并且在收到甲方说明其违约事实并要求纠正的书面通知后一个月内仍未能全面纠正并补救该违约行为的；

（16）履约保函在合同有效期内失效。

11.3.2 在因乙方违约而导致本合同目的未实现的情况下，甲方有权单方面解除本合同。合同解除后，乙方不得再签订广告发布合同或其它合同，并应按本合同第 12 条的返还规定执行，将广告资源及相关的文件等无偿移交或返还给甲方，否则甲方有权强制收回，甲方无须为此向乙方承担任何形式的补偿责任。因乙方违约导致乙方对广告主等利害关系人的赔偿由乙方自行承担全部责任，不影响甲方行驶合同解除权的权利；

11.3.3 甲方按照本条的约定解除本合同的，已经收取的广告资源发布场地租赁费不退还乙方。

**11.4 因征收、征用导致的租赁期提前终止：**

11.4.1 除本合同另有约定外，如果全部或部分广告资源发布场地内设施被任何政府部门没收、征收、征用，或被中止、收回全部或部分广告资源。甲方有权向乙方发出终止通知；

11.4.2 甲方向乙方发出终止通知之日即为提前终止日。广告资源租赁终止后，乙方应按本合同约定的程序将广告资源移交或返还甲方，甲方无须为此向乙方承担任何形式的补偿责任，租金多退少补，履约保证金如数退还乙方，不支付利息。

**11.5 终止的一般后果**

11.5.1 除非适用法律或本合同规定的，或双方另有约定，在本合同终止日之前，双方应继续享有和履行本合同下的权利和义务；

11.5.2 本合同终止后，除另有约定，双方均不再承担相关的权利义务，但本合同到期或终止前发生的尚未支付或返还的付款或赔偿义务除外；

11.5.3 本合同的终止不影响本合同中争议解决条款和任何在本合同终止后仍然有效的其它条款。

**第 12 条 移交及返还**

**12.1 移交的一般约定**

本合同签订后，甲方将根据本合同附件三广告资源租赁场地的移交清单，将本项目经营范围的广告资源租赁物移交给乙方；乙方与甲方共同清点租赁物，明确承租范围及清单明细后，签署并盖章回复甲方，至此移交完成。

**12.2 返还的一般约定**

12.2.1 乙方在广告资源租赁解除或终止时应无条件地且无偿地向甲方返还全部广告发布场地、权利、文件和材料档案，并确保该等资产、权利等在终止日时处于正常状态，但因自然折旧导致广告资源设施损耗的部分除外。除非另有约定，本合同终止日即为返还日；

12.2.2 乙方保证，广告资源、权利等在向甲方返还时应不存在任何留置权、债权、抵

押、担保物权或任何种类的其它请求权，否则乙方承担全部相关法律责任。

12.2.3 乙方应完全负责与承担广告资源经营有关的所有债务；

12.2.4 返还过程不应影响广告资源发布场地运营、维修及其它业务的正常运作；

**12.3 广告合同**

12.3.1 在正常终止情况下，本合同到期三个月前，乙方应向甲方提交一份与广告客户签订而仍未完成的广告合同明细表，并在之后每月向甲方提供更新，最后一次提交不得晚于本合同到期两天前；

12.3.2 除正常终止之外的其他终止情形下，本合同终止后十五天内，乙方应向甲方提交一份与广告客户签订而仍未完成的广告合同明细表；

12.3.3 对于第 12.3.1 条和第 12.3.2 条所述于本合同终止日仍未完成的广告合同，甲方有权选择是否继续履行。如甲方选择继续履行的，该等合同的权利义务由甲方承继，乙方应当在本合同终止后三个工作日内将已经收取的本合同终止日之后的租金及保证金等交给甲方；如甲方拒绝继续履行的，乙方负责与广告客户解除该等合同并承担全部责任；

12.3.4 本合同终止或到期后一个星期内，乙方应向甲方提交一份最新的客户名单并附联系资料。甲方有权使用该名单并可将联系资料的使用权转让于任何其他人，而无需支付任何额外的费用。

**12.4 备品备件**

12.4.1 本合同终止或到期后一个星期内，乙方应向甲方无偿提供详细广告资源设施正常运行需要的消耗备件和事故抢修的零备件清单；

12.4.2 乙方应向甲方提交生产、销售广告资源设施所需全部备品备件的厂商名单。

**12.5 技术转让**

12.5.1 乙方应在返还日将其拥有的，以及运营和维护广告资源所需的，有关广告资源运营和维护的所有技术和技术诀窍，无偿返还及转让给甲方，并确保甲方不会因使用这些技术和技术诀窍而遭受侵权索赔；

12.5.2 就乙方以许可或分许可方式从第三人取得的、运营和维护广告资源所需的有关广告资源运营和维护的所有技术和技术诀窍，乙方应负责取得该等技术和技术诀窍权利人的许可，在返还日后将该等技术诀窍继续许可给甲方使用，但因此产生的使用该等技术和技术诀窍的相关许可费用，由甲方承担。

**12.6 合同的转让**

如甲方同意，乙方于返还日向甲方转让其签订的、于返还时仍有效的运营维护合同、设备合同、供货合同和所有其他合同。甲方对于转让合同所发生的任何费用不负责任，同时乙方应保护甲方使之不会因此受到损害。

**12.7 移走乙方的所有物品**

除非双方另有约定，乙方应于返还日起 60 日内，搬移于广告资源发布场地内乙方所属

的所有物品。如果乙方在上述时间内没有移走这些物品，视同乙方同意甲方有权处置这些物品，而不需给予乙方任何赔偿，如甲方发生处理费用的，有权向乙方追偿。

**12.8 风险转移**

乙方应承担返还日前广告资源的全部或部分损失或损坏的风险，除非损失或损坏是由甲方的违约所致造成的。

**12.9 返还费用和批准**

对于向甲方的返还和转让，甲方无须向乙方支付任何补偿或对价；

**12.10 返还的特殊约定**

如乙方未在本合同约定的期限内返还符合要求的全部广告资源，甲方可强制接管并经营，且甲方无须为此向乙方承担任何形式的责任。如乙方未在本合同约定的期限内履行第 12 条规定的返还义务，给甲方造成损失的，乙方应向甲方承担赔偿责任。

**第 13 条 违约赔偿**

**13.1 违约赔偿的一般约定**

13.1.1 如乙方擅自提前终止本合同或因重大违约导致本合同被甲方解除，甲方已收取（或提取）的履约保证金及所有租赁费均不退还乙方。

13.1.2 除本合同另有约定外，甲方应有权获得因乙方违约而使甲方遭受的任何直接损失及间接损失的全部赔偿，包括但不限于预期收入、预期利润，该项赔偿由乙方支付，否则甲方有权从履约保证金中扣除；如乙方的违约行为造成甲方损失的金额超过履约保证金，以致于履约保证金不足以进行抵扣，乙方还应当另行赔偿损失；

13.1.3 如乙方未履行第 6.3、6.4、7.1 条款中提及的乙方权利义务内容，且未按甲方要求整改的，视同违约，甲方有权依照第 4.2 项条款对其行使权力；

13.1.4 乙方如未在甲方要求的时间期限内完成公益宣传刊登任务，违反了第 1.3.2 条约定。则甲方有权另行委托其他单位实施完成，实际发生费用从履约保证金中扣除，乙方须按合同约定及时补足履约保证金，否则承担违约责任；

13.1.5 本合同任何一方违反 10.2.1 条约定的保密义务，均须向对方承担损害赔偿责任；

13.1.6 违约责任条款在相关违约责任承担完毕之前，即便是本租赁期满或终止后仍然继续有效。

**13.2 逾期支付的违约责任**

如乙方逾期支付租赁费，甲方以该期租赁费应收未缴金额的万分之五，按日向乙方收取该逾期款项的违约金。如逾期支付时，甲方有权同时行使以下权利：

（1）依照本条向乙方收取违约金，违约金计算至乙方支付该期租赁费完毕之日，违约金与该期租赁费一并支付；

（2）如果因逾期支付给甲方造成的损失超出履约保证金数额，要求乙方另行赔偿全部损失；

（3）甲方已收取的所有费用均不退还乙方，亦不作为乙方承担违约金、损失赔偿等违约款项的抵扣；

（4）逾期超过30日，甲方有权停止向乙方提供水电；

（5）逾期支付超过60日，甲方有权解除合同，并有权直接从履约保证金中扣除所欠租金、违约金、水电费等费用，剩余金额用于弥补甲方重新招商空档期的损失及其他损失，并保留其他权利。

**13.3不中断合同履行**

除非本合同终止，针对本合同的任何违约责任的追究及责任承担，均不影响本合同之继续履行。

**第14条　纠纷解决**

14.1对于甲乙双方之间产生的任何争议、分歧或索赔，双方应首先友好协商解决，如协商不成，提交甲方所在地人民法院提起诉讼。

14.2　上述纠纷解决条款在本合同终止后继续有效。

**第15条　不可抗力**

15.1 不可抗力因素

不可抗力指不能预见、不能避免并不能克服的客观情况，包括因战争、敌对行动（无论是否宣战）、入侵、外敌行为、军事政变、恐怖主义、动乱、空中飞行物坠落、十四级（含）以上的台风或其他非双方责任或原因造成的罢工、停工、爆炸、火灾等。

鉴于地铁运营的特殊性，双方特别约定，市政府以上人民政府的决定、命令和法规均视为不可抗力。

15.2 不可抗力处理程序

不可抗力事件发生后，受不可抗力影响的一方应立即通知对方，并在力所能及的条件下迅速采取措施，尽力减少损失，对方应协助受影响方采取补救措施。甲方认为应当暂停施工或发布的，乙方应暂停施工或发布。不可抗力事件结束后48小时内，受影响方向对方通报受害情况和修复的情况。不可抗力事件持续发生的，乙方应每隔7天向甲方报告一次受害情况。如不可抗力里导致合同目的的不能实现，双方均有权解除合同，租赁费据实结算。

15.3 合同任何一方延迟履行合同后发生不可抗力的，不能免除该违约方因不可抗力造成对守约方的违约责任。

**第16条　其他条款**

16.1本合同书与下列文件（经甲方确认后）一起构成合同文件：

（1）**资产出租项目公告内容；**

（2）本合同补充合同（如有）；

（3）澄清补充文件及其他补充协议；

（4）其他合同文件。

上述文件互相补充和解释，如有不明确或不一致之处，以合同约定次序在先者为准。

16.2 补充合同/协议

本合同未尽事宜，双方另行签订补充合同/协议。补充合同或协议是本合同的组成部分。合同书任何修改、补充或变更只能以书面形式并由甲乙双方签字盖章方能生效。

16.3 本合同正本一式贰份，甲方和乙方各执壹份， 副本一式壹拾贰份，甲方持壹拾壹份，乙方持壹份，正副本具有同等的法律效力。

16.4 合同生效

本合同应在甲乙双方签字盖章后，并且甲方收到乙方的全部履约保证金或履约保函后生效。

16.5 合同签订地及履行地

本合同的签订地及履行地均在中华人民共和国广西壮族自治区南宁市。

16.6 通知及送达

与本合同有关的通知和送达应当按照本合同约定的联系地址和联系方式进行，任何乙方的联系方式发生变更的，应当在变更之日起 2 个工作日内通知对方，否则对方按照原联系方式的通知视为有效送达。一方也可以采取报纸（各方约定的发布媒体为广西日报传媒集团主办的《南国早报》）的形式发布公告和通知，报纸刊登的时间为送达时间，报纸发布的内容为公告或者通知的内容。如乙方拒绝签收甲方的通知，甲方将通知张贴在乙方地址的第三天即视为送达该通知。以邮寄方式送达的，另一方签收之日视为送达；签收之日不明确的，以信件寄出或者投邮之日后第三日视为送达。

| | |
|---|---|
| 甲方：南宁轨道交通集团有限责任公司 | 乙方： |
| 签字人：（法定代表人或其授权代表） | 签字人：（法定代表人或其授权代表） |
| 日期：　　年　　月　　日 | 日期：　　年　　月　　日 |
| 地址：广西南宁市青秀区云景路 69 号 | 地址： |
| 电话：0771-2798268 | 电话： |
| 传真： | 传真： |
| 银行帐号：<br>开户行： | 银行帐号：<br>开户行： |

2. 附件

附件一：《南宁轨道交通站内广告管理办法》

# 南宁廻忽交通站内广告管理办法(嫌圵)

## 第一章　总则

**第一条** 为规范南宁轨道交通站内广告的经营管理，在确保车站安全运营的同时，有效地开发利用广告资源，提升广告资源整体价值，创造良好乘车环境，保证广告经营和管理工作有序进行，特制定本办法。

**第二条** 本办法所指广告资源为南宁轨道交通站内广告资源，具体包括：

（一）常规媒体：指南宁轨道交通站内有固定位置、固定载体、分布广泛的广告媒体形式，具体包括：站台、站厅及通道的广告灯箱，梯旁广告牌、列车内海报框等。

（二）非常规媒体：指南宁轨道交通站内区别于常规媒体的，非固定形式或规格的广告媒体形式，具体包括：墙贴、立柱贴、列车贴（含列车车门玻璃贴、列车车顶横条贴）、屏蔽门贴、站厅护栏玻璃贴等。

（三）电子媒体：指乘客信息服务系统 PIS（地铁站内 LED、LCD 显示屏幕、列车客室 LCD 显示屏）等。

（四）导向媒体：指地铁站内平面导向系统、列车及车站广播。

（五）纸媒体：乘车指南手册或其他具有经营功能的纸质媒体等。

（六）现场活动（营销、广告宣传）或经集团公司批准同意发布的其他媒体形式。

## 第二章 管理职责

**第三条** 本办法主要包括发布管理（发布原则、发布流程及形式）、施工计划管理、安全管理、设施维护管理、监督管理等相关内容。

**第四条** 南宁轨道交通集团有限责任公司资源管理部（以下简称“集团资源管理部”）是集团资源开发归口管理部门，具体包括：

（一）负责资源开发的宏观政策把控。

（二）协调分（子）公司资源开发项目经营工作。

**第五条** 南宁轨道交通集团有限责任公司党群工作部（以下简称“集团党群工作部”）是站内广告发布内容的审核部门，具体包括：

（一）审核、监督站内广告发布内容。

（二）配合政府相关部门发布公益宣传内容。

**第六条** 南宁轨道交通集团有限责任公司资源开发分公司（以下简称“资源开发分公司”）是站内广告资源的经营管理部门，具体包括：

（一）负责站内广告资源的统筹规划、开发及经营等业务。

（二）组织日常巡检，对广告经营单位的经营行为进行监督和管理。

（三）审核站内广告发布内容、形式是否符合国家相关法律法规的约束、规定及租赁合同约定范围。

（四）协调站内广告经营工作中涉及的各方关系，包括政府主管部门、集团公司有关部门（各分、子公司）及合作方，以保证经营工作顺利进行。

（五）督促广告经营单位按时缴纳广告灯箱、电子媒体等设备资源产生的电费。

（六）组织广告经营单位签订安全协议并缴纳相应押金。

**第七条** 南宁轨道交通集团有限责任公司运营分公司（以下简称“运营分公司”）是站内广告资源的属地管理部门，具体包括：

（一）审核站内广告发布内容形式、范围是否影响车站运营及设备设施正常操作。

（二）组织日常巡检，发现设备故障、安全隐患等问题及时通报处理。

（三）组织广告经营单位施工人员进行施工安全培训。

（四）安排施工计划，监督管理施工作业及发布效果。

（五）协调集团公司内部各部门刊登本企业自身营销宣传及公益广告。

（六）提供每月客流统计及每周列车上线统计情况。

（七）配合资源分公司做好站内广告设施设备用电抄表工作。

## 第三章 发布管理

**第八条** 发布原则

（一）站内广告发布应遵守广告行业相关法律、法规，遵循公平、诚信的原则。

（二）禁止发布损害甲方形象、声誉的广告，不得影响车站整体形象，保证车站整洁美观、导向清晰。

（三）发布效果不影响所有安全类、导向类和服务类标识；涉及通风、检修、消防、报警、客流疏散及紧急安全指示等设备设施均不得覆盖、遮挡、移动或取消；不得阻碍、阻断车控室、监测系统的观察视线；不得损伤车站及列车各类设备设施。

（四）画面设计应简约、美观，用语准确清晰、规范标准，与车站整体环境相协调。

（五）严禁发布涉黄、爆、毒及其他引起乘客不安或敏感、有争议等内容。

（六）所有发布材质必须符合消防要求。

**第九条** 站内广告审批发布须按程序报各部门审批通过后发布（附件1）。

**第十条** 站内广告发布形式须严格按照《南宁轨道交通站内广告发布细则》执行（附件2）。

**第十一条** 如有媒体改造或新媒体开发需求，由资源开发分公司统一收集后，以书面形式提前向运营分公司就开发或改造媒体的形式、位置沟通确认，报集团公司批准同意后方可实施，且此后同类型改造无须再申报。审核通过前，广告经营单位不得与客户预先签订业务合同。

**第十二条** 运营分公司需在车站内增设公告栏、导向、安全指示等运营设施时，如需占用部分已明确用于广告发布的位置，须提前30日书面告知，由资源开发分公司与广告经营单位沟通协商。

## 第四章 施工计划管理

**第十三条** 广告经营单位进行广告上下画、画面修复整改等施工作业，须提前向运营分公司申报施工作业计划，施工计划批复后方可实施。按时办理请销、点手续，按时完成施工作业，不得擅自取消施工作业。

**第十四条** 站内广告发布效果监测和调研计划施工申请

（一）广告经营单位如需在站内进行广告发布效果监测和调研，须提前向资源开发分公司提出申请，经资源开发分公司、运营分公司审批通过后方可实施。

（二）监测和调研活动必须接受车站工作人员的监督和管理，不能影响车站正常运营，不能引起乘客投诉，如有违反，车站工作人员将立即中止其调研活动。

（三）监测和调研活动完成后，将结果报资源开发分公司备案。

## 第五章 安全管理

**第十五条** 施工人员管理

（一）施工人员须施工安全培训并通过考试，并将身份信息提交运营分公司备案。

（二）提报施工计划时须确定现场施工负责人，负责人不能随意变更，负责施工过程的组织指挥及对作业人员、设备的监督管理。

（三）施工人员须服从车站、车辆调度工作人员及安保人员的安排。

（四）施工人员须穿劳动保护服、佩戴安全帽，做好防护措施。

**第十六条** 车站施工安全管理

（一）施工负责人持临时出入证到车控室办理请点手续，并对携带工具等物品进行登记，车站工作人员负责核对施工作业人员及作业计划。

（二）禁止在运营时间在车站进行任何施工作业，涉及安全抢修的除外，安全抢修作业时必须做好隔离、立警示牌等有效的防范措施，确保工作人员及乘客的安全。

（三）施工作业中如发生突发事件，应第一时间通知车站工作人员并报资源开发分公司，及时采取有效处理措施。

（四）进入轨行区施工，由车站工作人员监督确认施工人员进入的上、下行线是否正确，并设置警示灯，施工人员须穿着反光衣。

（五）施工完毕后，须对作业时产生的废弃物须全部清理完毕，对工具等物品进行核对并全部带离，严禁丢弃在站台、轨行区等施工现场，因此造成一切后果，由施工方负责。

（六）施工负责人清理施工现场并清点人数确认全部撤离后，到车控室办理销点手续，经车站工作人员现场确认后方可撤场。

**第十七条** 车辆段施工安全管理

（一）使用机动车进入车辆段，通过轨道线路时必须按“一停二看三通过”及按车辆段机动车限速15KM/H 行驶，听从保安及地铁工作人员的指挥，到指定位置停靠。

（二）施工负责人佩戴临时出入证按相关规定流程到DCC办理作业申请，DCC检修调度工作人员负责核对施工人员的证件及作业计划。

（三）施工负责人必须认真阅读车辆段施工、作业安全管理规定，并传达到所有施工作业人员。

（四）作业申请办理完后DCC安排保安对施工人员所携带的工具等物品进行登记。

（五）登记完毕后DCC工作人员带领施工人员上车施工作业。

（六）作业过程中因车辆需要进行调车或其他作业时，施工作业人要停止手上一切工作，听从车厢广播或工作人员的指挥。施工作业中如发生突发事件，应第一时间通知DCC、资源开发分公司，及时采取有效处理措施。

（七）施工完毕后，须对作业时产生的废弃物须全部清理完毕，对工具等物品进行核对并全部带离，严禁丢弃在列车车厢内等施工现场及车辆段内，因此造成一切后果由施工方负责。

（八）施工负责人清理施工现场并清点人数确认全部撤离后，向DCC申办销点手续，经DCC工作人员现场确认后按流程办理。

**第十八条** 日常安全巡检

资源开发分公司、运营分公司不定期对设备设施、施工作业现场、广告画面等进行检查，发现问题及时通报并要求广告经营单位及时整改。广告经营单位须按以下要求定期做好日常巡检工作：

（一）建立巡检制度，组织对站内广告资源的发布情况、设备设施等运行情况进行检查，保证广告信息正常发布或广告画面处于良好状况。

**（二）**建立事故处理应急维修机制及专业技术人员保障机制，项目负责人须保持24小时维护抢修电话畅通。

**（三）**定期巡检频次每周应不少于3 次，每次不少于2个小时，保证每月每个设备的巡检不少于1次，每月月初将上月巡检情况表格交资源开发分公司存档。

（四）巡检人员应佩戴临时出入证、穿着统一工作服，服从车站工作人员安排，在不影响乘客的条件下进行检查和必要的紧急整改工作。

（五）在非运营时间检查时应按规定提前报计划，并办理请、销点作业手续。

## **第六章** 设施维护管理

**第十九条** 涉及广告经营单位维修范围内的故障，广告经营单位应组织相关人员1小时内到达现场处理，及时排除故障，并报资源开发分公司、运营分公司备案。

**第二十条** 广告经营单位在巡检或维护中发现属运营分公司负责维护的广告电路故障，应立即向报车控室报修，及时排除故障。

**第二十一条** PIS系统以外的广告设备电路（设备电源线至插头）及设备的日常检查和维修由广告经营单位负责并负安全责任。除上述范围以外的电路及设备的检修由运营分公司进行维护。

## 第七章 监督管理

**第二十二条** 加强对站内广告发布的监督管理，并采取有效措施，具体如下：

（一）发布内容与审批不符、违反发布细则等，运营分公司通知资源开发分公司，要求广告经营单位及时进行整改，并进行通报批评。

（二）如出现不按要求申报计划、擅自取消施工作业、不按时请点销点、不服从管理等情况，运营分公司通知资源开发分公司，对广告经营单位进行通报批评，并根据签订的安全协议扣除相应押金。

（三）多次出现以上任一违规情况且整改无效，除通报批评、扣除押金的处罚外，全线暂停广告施工作业；情节严重的，上报集团公司解除合约。

## 第八章 附则

**第二十三条** 本办法遵守《中国人民共和国广告法》、《广告管理条例》、《著作权法》等适用法律、法规，涉及施工管理类内容参照《运营分公司施工管理规定（1号线）（试行）》执行，其他未尽事宜，参照与广告经营单位签订的合同、安全协议及其他相关规定执行。

**第二十四条** 本办法如与国家、省、市有关法律、法规相抵触，以国家、省、市的有关法律、法规为准；本办法施行前制定的其他有关广告管理的办法、规定的内容与本办法不符的，以本办法为准。

**第二十五条** 除本办法所规定的南宁轨道交通站内广告资源外，其他属于集团公司管辖范围的广告资源可参照执行。

**第二十六条** 本办法由集团公司资源管理部、集团公司党群工作部、资源开发分公司、运营分公司负责解释。

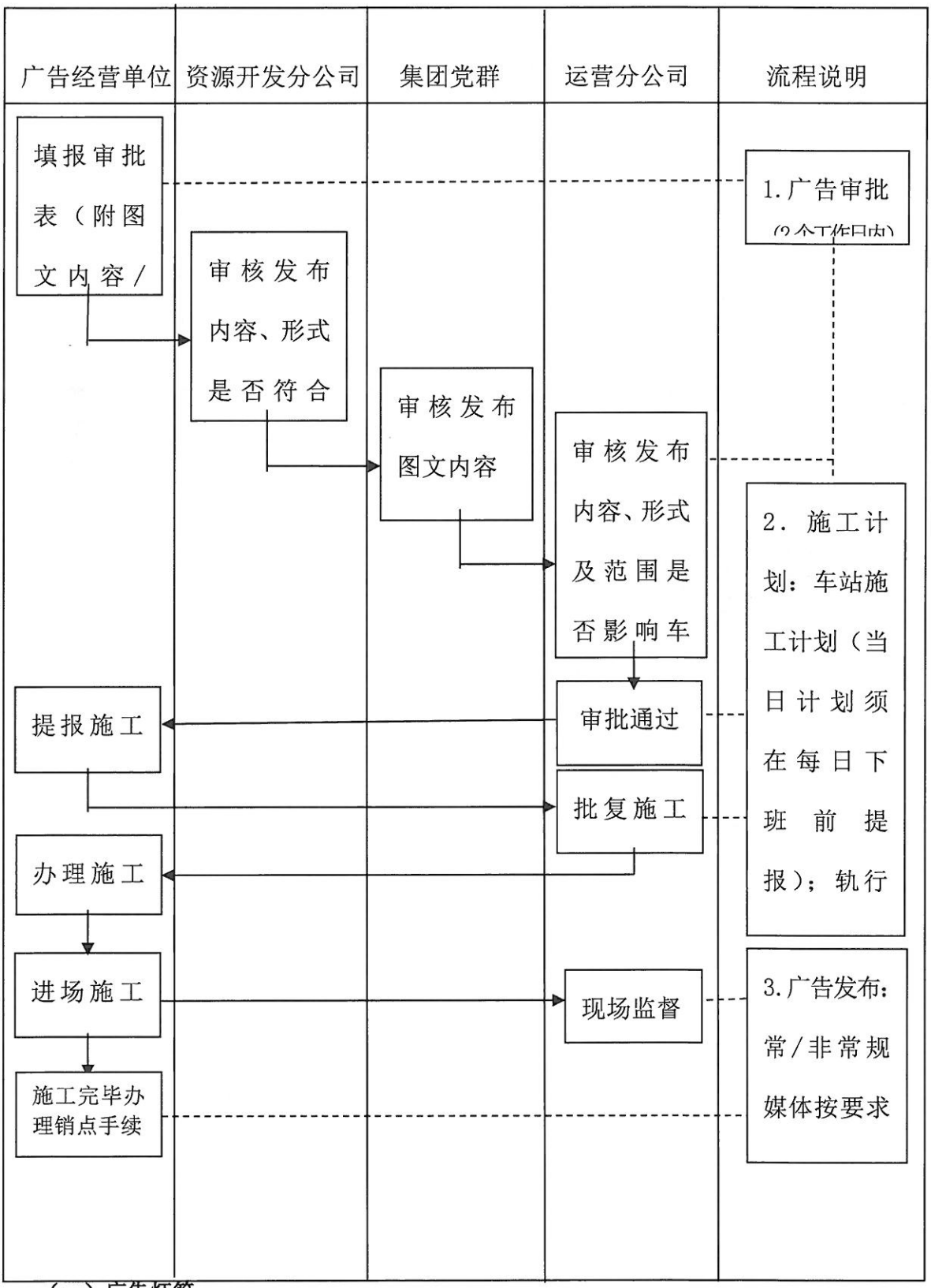
**第二十七条** 本办法自下发之日起施行。

附件：

1. 南宁轨道交通站内广告发布流程图
2. 南宁轨道交通站内广告发布细则
3. 南宁轨道交通站内广告发布审批表
4. 南宁轨道交通站内活动审批表

附件1：

# 南宁轨道交通站内广告发布流程图




**（一）广告灯箱**

1.发布规格： 12 封广告灯箱、6封广告灯箱和特型广告灯箱。

2. 发布数量：以实际灯箱数量为主。
3. 发布形式：单面平面广告。
4. 材质要求：采用高级灯箱片喷绘。

**（二）楼梯两侧广告牌**

1. 发布规格：440mm*600mm。
2. 发布数量：以实际广告牌数量为主。
3. 发布形式：单面平面广告。
4. 材质要求：采用高级进口相纸喷绘。

**（三）列车内海报框**

1. 发布规格：390mm*530mm
2. 发布数量：以现场实体为准；
3. 发布形式：单面平面广告
4. 材质要求：采用高级进口相纸喷绘。

广告灯箱、楼梯两侧广告牌、列车内海报框等常规媒体广告，上下画后立即进行检查，如未达标，需立即重新整改。发布质量要求如下：

| 序号 | 项目 | 质量标准 |
|---|---|---|
| 1 | 广告画面 | 画面清晰，平整，不露白，无皱折、波浪、污迹 |
| 2 | 广告框架 | 光整洁、无明显手印、污渍、浮尘、玻璃镜框无破损 |
| 3 | 施工现场 | 无遗弃杂物、清洁、无污渍，不得损伤框架表面，曾粘贴过广告的位置应完全恢复正常状况，彻底清除粘胶 |

**二、非常规媒体**

**（一）玻璃贴**

1. 发布规格及原则：整体图案居中发布，不可完全覆盖整块玻璃，有运营信息及活动门的玻璃不能发布，不得遮挡运营服务信息。

2. 发布数量：为保持站内通透的视觉效果，站厅护栏玻璃贴采取隔块发布的方式,不可连续发布。

3. 发布形式：双面平面广告。

4. 材质要求：易于清除并不留痕迹，不腐蚀张贴面，不残留粘胶，方便更换。

**（二）屏蔽门贴**

1. 发布规格及原则

（1）严格按照既定的区域范围进行发布，发布区域不能超过黄色警示线，不能覆盖屏蔽门外框边缘，不能遮挡警示信息及标识、影响屏蔽门正常开合、影响操作拉手（把手）、钥匙孔等操作设施。

（2）屏蔽门开合门处发布内容主要以排队候车、上下车安全提示信息为主，应急逃生门、踢脚板上均不能发布广告信息。

2. 发布数量：以现场实际为主。

3. 发布形式：单面平面广告。

4. 材质要求：易于清除并不留痕迹，不腐蚀张贴面，不残留粘胶，方便更换。

**（三）墙贴及梯侧墙贴**

1. 发布规格及原则

（1）客流集中、发布效果好、不遮挡墙面上的设备设施及其他运营信息，不影响乘客的正常通行，不影响车站装修风格。

（2）“ 灯箱/梯旁广告牌＋墙贴”的发布不能覆盖广告灯箱或梯旁广告牌的边框，应保持灯箱或梯旁广告牌位置能被迅速识别及边框能迅速打开。墙贴发布高度原则上要与邻近灯箱等高，超过灯箱上沿的部分应采取镂空点缀发布（不超过墙贴主画面30%）。

2. 发布数量：梯侧墙贴发布比例原则上不超过发布区域面积的50%。

3.发布形式：单面平面广告。

4.材质要求：易于清除并不留痕迹，不腐蚀张贴面，不残留粘胶，方便更换。

**（四）立柱贴（包柱）**

1.发布规格及原则：根据柱体实际形状进行包装，不遮挡站名、安全、导向标识等运营信息，尽可能提炼元素进行画面镂空，不影响车站整体装修风格。

2.发布数量：各站站台、站厅可发布数量原则上不得超过站台或站厅立柱总数的50%。

3.广告形式：单面平面贴附式广告。

4.广告材质要求：易于清除并不留痕迹，不腐蚀张贴面，不残留粘胶，方便更换。

**（五）梯间贴**

1.发布规格及原则：张贴于楼梯梯级表面，不能遮挡导向安全标志。

2.发布数量：不超过梯级总数。

3.发布形式：单面平面广告。

4.材质要求：易于清除并不留痕迹，不腐蚀张贴面，不残留粘胶，方便更换。

**（六）墙画**

1.发布规格及原则：墙画发布原则上不允许顶天立地，长度十米以上的通道墙面建议提炼元素进行镂空处理，不能遮挡、移动运营安全指示、导向标识等。

2.发布形式：单面平面广告。

3.材质要求：易于清除并不留痕迹，不腐蚀张贴面，不残留粘胶，方便更换。

**（七）列车车门/车窗广告**

1.发布规格：车门贴375mm*460mm(不超车门玻璃50%)

车窗贴1340mm*200mm

2.发布数量：以实际数量为准。

3.广告形式：贴附式单透膜平面广告。

4.材质要求：采用高级进口单透贴膜,画面通透，保证车门及车厢玻璃通透可视（选用材料无残留粘胶，方便更换，对列车车门无任何影响）。

**（八）列车车顶横条广告**

1.发布规格：不得覆盖车内原有安全及服务标识。

2.发布数量：以实际为准。

3.发布形式：贴附式单面平面广告。

4.材质要求：易于清除并不留痕迹，不腐蚀张贴面，不残留粘胶，方便更换，对列车无任何影响。

**（九）整体贴附式包车**

1.发布规格及原则：

（1）整体设计淡雅、简洁，与车厢内部颜色搭配、协调统一，贴附画面不得覆盖车内原有安全及服务标识。

（2）原则上不建议列车客室地板上贴附广告画面，如因整体效果需要，设计效果应接近地面常态（如草地、公路、沙滩等），且地贴拼接处须加强制作工艺，避免卷边翘角，尽量减少粘贴接口。

（3）应结合公益宣传、文化艺术元素、轻松休闲主题场景等进行整体设计，避免完全商业化。

2.数量：以车厢内部实际可贴附范围为准。

3.广告形式：贴附式单面平面广告。

4.广告画制作材料：选用材质符合国家健康环保标准，无有害气体，必须保证做到无残留粘胶，方便更换，对列车无任何影响。

以上非常规媒体发布质量要求：上下画后立即进行检查，如未达标，需立即重新上画、清洁或整改。

| 序号 | 项目 | 质量标准 |
|---|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 广告画面 | 画面清晰，平整，不露白，无皱折、波浪、污迹、无明显手印、污渍、浮尘、无毛边、跷蹊；按规格尺寸粘贴。 |
| 2 | 施工现场 | 无遗弃杂物及工具，确保作业区域清洁干净，不得划伤载体表面，下画后恢复原状，彻底清除粘胶。确保玻璃、墙面、列车车门车窗等其他部位无划痕无破损。 |

**三、电子媒体**

1．满足公益广告比例要求的前提下，设置商业广告。

2．根据运营时间保持播放，如无商业广告，则播放公益广告及其他新闻信息。

3．全线所有电子媒体须按比例播放公益及运营信息（如文明乘车指引，运营安全须知，设备操作指引等），其余时间可播放广告信息，但如出现应急情况将暂停显示广告信息，全屏播放应急信息。

4.规格及原则：①站内LED、LCD显示屏幕、列车客室LCD显示屏：以全屏形式发布动态声像视频广告，屏幕底部为运营服务信息滚动字幕区；②站台PIS显示屏幕：在运营分公司规定区域发布动态声像视频广告；③户外屏：以全屏形式发布动态声像视频广告。

5.音量标准：车站音量标准按照车站客流噪音不同等情况分为A、B、C三类：A类站为日均客流3万人次以上的车站；B类站为日均客流1-3万人次以上的车站；C类站为日均客流1万人次以下的站。每类车站PIS的最大音量限值如下：

A类站最大音量限值为75db

B类站最大音量限值为73db

C类站最大音量限值为70db

其他：所有车站票亭、车控室上方及周边三米范围内的PIS音量最大限值为50db;列车客室LCD的音量最大限制值为60db。

**四、导向媒体**

（一）平面导向媒体

1.发布原则：发布单位或机构必须在地铁站500米半径范围内，发布名称必须为营业执照的名称或所在场所招牌的名称。

2．平面导向广告由广告经营单位负责制作，原则上每月登挂不超过2次。

3．由于运营服务需要而改变的平面导向登挂内容应至少在登挂时间前10天（紧急特殊情况除外）由属地运营分公司通知广告经营单位修改并告知资源开发部，属地运营分公司对内容及版面进行审查后，由广告经营单位安排制作登挂。

4．平面导向广告应发布在资讯类导向牌，包括出口资讯牌、出口导向牌、街区图，但定位类、导向类、警示类导向牌不进行广告登挂。

（二）播音媒体

1.发布原则：发布单位或机构必须在地铁站500米半径范围内，发布名称必须为营业执照的名称或所在场所招牌的名称。

2.播音媒体由运营分公司统一录播。

3.列车商业广播容量确定原则：由运营分公司提供列车播音时间数据，列车商业广播时间原则上为每站播音可用时间的1/3再减5秒，但商业广播时间原则上不超过15秒，在按照3字/秒的速率计算商业广播登载字数，并以该字数数据作为控制项目。

4.播音媒体的语言为普通话，原则上只播报中文文字。

5.发布质量：语音流畅，音量大小适度。

**五、纸媒体**

1.除指定纸媒体经营单位外，任何单位和个人不能在站内发放、售卖报纸、广告纸媒体。

2.报刊架只能张贴经营方自身的品牌宣传和不带商业性质的经营方主办的活动宣传。

**六、现场营销活动**

1.提报活动审批，明确活动时间、地点、人数、活动流程，禁止客流高峰时段进行一切活动。

2. 服从车站工作人员的监督管理，在指定区域、指定时间段开展活动，如出现人流聚集过大或其他应急情况，须听从工作人员安排立即暂停或终止活动。

3. 活动结束须及时清理现场物料，恢复场地原貌，相关人员不得在现场聚集、逗留。

附件3：

# 南宁轨道交通站内广告发布审批表

| | | |
|---|---|---|
| 发布广告类别 | | □常规媒体 □非常规媒体<br>□电子媒体 □纸媒体 |
| 客户名称 | | |
| 广告内容 | | |
| 发布情况 | 发布形式 | |
| | 发布位置 | |
| | 数量/时长 | |
| | 随附设计方案/视频短片 | |
| | 广告期限 | |
| 广告公司 | 计划施工时间 | |
| | 审核意见 | |
| 资源开发分公司 | 审核意见 | |
| 集团<br>党群部 | 审核意见 | |
| 运营<br>分公司 | 审核意见 | |

注：1.非常规媒体、电子媒体、纸媒体须经资源开发分公司、运营分公司分管领导、集团党群部部门负责人审批通过后发布；

2.常规媒体由各审核环节业务主管部门审核通过后发布。

附件4：

# 南宁轨道交通站内活动审批表

| | | |
|---|---|---|
| 客户名称 | | |
| 活动名称 | | |
| 活动内容 | 时间 | |
| | 地点 | |
| | 人数 | |
| | 简要概况 | |
| | 随附活动方案 | |
| 广告公司 | 审核意见 | |
| 资源开发分公司 | 审核意见 | |
| 集团<br>党群部 | 审核意见 | |
| 运营<br>分公司 | 审核意见 | |

注：活动方案须经资源开发分公司、运营分公司分管领导、集团党群部部门负责人审批通过后开展实施。

**附件二：廉政合同（格式）**

**廉政合同**

甲方 ：南宁轨道交通集团有限责任公司

乙方 ：

为加强工程建设中的廉政建设，规范工程建设甲、乙双方的各项活动，防止发生各种谋取不正当利益的违法违纪行为，保护国家、集体和当事人的合法权益，根据国家有关法律法规和廉政建设责任制规定，特订立本廉政合同。

第一条 甲乙双方的责任

（一）应严格遵守国家关于市场准入、项目招标投标、工程建设、市场活动的有关法律、法规，相关政策，以及廉政建设的各项规定。

（二）严格执行南宁火车东站南北广场及地下空间广告发布场地租赁项目合同协议文件，自觉按协议办事。

（三）业务活动必须坚持公开、公平、公正、诚信、透明的原则（除法律法规另有规定外），不得为获取不正当的利益，损害国家、集体和对方利益，不得违反工程建设管理的规章制度。

（四）发现对乙方在业务活动中有违规、违纪、违法行为的，应及时提醒对方，情节严重的，应向其上级主管部门或纪检监察、司法等有关机关举报。

第二条甲方的责任

甲方的领导和从事该项目的工作人员，在项目的事前、事中、事后应遵守以下规定：

（一）不准向乙方和相关单位索要或接受回扣、礼金、有价证券、贵重物品和好处费、感谢费等。

（二）不准在乙方和相关单位报销任何应由甲方或个人支付的费用。

（三）不准要求、暗示或接受乙方和相关单位为个人装修住房、婚丧嫁娶、配偶子女的工作安排以及出国（境）、旅游等提供方便。

（四）不准参加有可能影响公正执行公务的乙方和相关单位的宴请、娱乐等活动。

（五）不准向乙方和相关单位介绍或为配偶、子女、亲属参与同甲方南宁火车东站南北广场及地下空间广告发布场地租赁项目合同协议有关的业务等活动。不得以任何理由要求乙方和相关单位在生产过程中使用某种产品、材料和设备。

第三条 乙方的责任

应与甲方保持正常的业务交往，按照有关法律法规和程序开展业务工作，严格执行本项目有关方针、政策，尤其是有关强制性标准和规范，并遵守以下规定：

（一）不准以任何理由向甲方及其工作人员索要、接受或赠送礼金、有价证券、贵重物品及回扣、好处费、感谢费等。

（二）不准以任何理由为甲方和相关单位报销应由对方或个人支付的费用。

（三）不准接受或暗示为甲方、相关单位或个人装修住房、婚丧嫁娶、配偶子女的工

作安排以及出国（境）、旅游等提供方便。

（四）不准以任何理由为甲方、相关单位或个人组织有可能影响公正执行公务的宴请、健身、娱乐等活动。

第四条 违约责任

（一）甲方工作人员有违反本协议第一、二条责任行为的，按照管理权限，依据有关法律法规和规定给予党纪、政纪处分或组织处理；涉嫌犯罪的，移交司法机关追究刑事责任；给乙方单位造成经济损失的，应予以赔偿。

（二）乙方工作人员有违反本协议第一、三条责任行为的，按照管理权限，依据有关法律法规和规定给予党纪、政纪处分或组织处理；涉嫌犯罪的，移交司法机关追究刑事责任；给甲方造成经济损失的，应予以赔偿。

第五条 本合同与南宁市轨道交通4号线平面与多媒体广告发布场地租赁合同协议具有同等法律效力。经双方签字盖章后立即生效。

第六条 本合同的有效期与南宁市轨道交通4号线平面与多媒体广告发布场地租赁合同有效期相同。

第七条 本合同正本2份，甲、乙方各1份；副本11份，甲方8份，乙方3份。

甲方：南宁轨道交通集团有限责任公司　　乙方：_____

（盖单位章）　　（盖单位章）

法定代表人或　　法定代表人或

其委托代理人：（签字）　　其委托代理人：（签字）

日期：　　年　　月　　日　　日期：　　年　　月　　日

**附件三：4号线广告发布场地明细说明**

南宁轨道交通4号线4号线平面与多媒体广告资源主要分布在洪运路站至楞塘村站16个车站及25辆地铁电客车范围内。

一、4号线平面与多媒体广告资源类型及位置分布

| 广告类型 | | 位置 |
|---|---|---|
| 平面媒体 | 灯箱 | 通道、站厅、站台（含轨行区）、梯眉 |
| | 梯牌 | 车站出入口 |
| | 电客车广告框 | 电客车内（25列电客车，每辆36个广告框） |
| | 贴敷式广告 | 位于屏蔽门、车站出入口、站厅通道、站厅站台柱子、电客车内可发布广告区域。 |
| 多媒体 | LCD屏（PIS系统） | 电客车车厢内 |
| | | 站厅、站台 |
| | LED屏 | 站厅 |

二、4号线平面及多媒体广告资源数量

1.车站

| 序号 | 站名 | 站厅(含通道) | | | 站台 | | 出入口 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 12封灯箱 | LCD屏 | LED屏 | 12封灯箱 | LCD屏 | 梯眉灯箱 | 梯牌 |
| 1 | 洪运路站 | 54 | 4 | 0 | 32 | 16 | 5 | 130 |
| 2 | 那历站 | 31 | 4 | 0 | 32 | 16 | 4 | 88 |
| 3 | 那洪立交站 | 42 | 4 | 1 | 32 | 16 | 4 | 85 |
| 4 | 金阳路站 | 28 | 4 | 0 | 32 | 16 | 3 | 110 |
| 5 | 通源路站 | 26 | 4 | 0 | 32 | 16 | 2 | 98 |
| 6 | 大沙田站 | 31 | 4 | 1 | 32 | 16 | 6 | 62 |
| 7 | 金象大道站 | 32 | 4 | 0 | 32 | 16 | 3 | 103 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 8 | 五象岭站 | 19 | 4 | 0 | 32 | 16 | 4 | 104 |
| 9 | 玉象路站 | 18 | 4 | 0 | 32 | 16 | 2 | 95 |
| 10 | 总部基地站 | 28 | 4 | 1 | 34 | 16 | 4 | 45 |
| 11 | 飞龙路站 | 24 | 4 | 1 | 44 | 16 | 2 | 61 |
| 12 | 体育中心西站 | 27 | 4 | 1 | 44 | 16 | 3 | 28 |
| 13 | 体育中心东站 | 37 | 4 | 0 | 44 | 16 | 3 | 100 |
| 14 | 良庆大桥南站 | 40 | 4 | 0 | 32 | 16 | 4 | 106 |
| 15 | 良庆圩站 | 24 | 4 | 0 | 32 | 16 | 0 | 105 |
| 16 | 楞塘村站 | 12 | 4 | 0 | 32 | 16 | 2 | 45 |
| 合计 | | 473 | 64 | 5 | 550 | 256 | 51 | 1365 |

**2. 电客车**

| 电客车内平面与多媒体 | |
|---|---|
| 车内广告框 | LCD 屏 |
| 25 列电客车×6 节车厢×6 个广告框/每节车厢 | 25 列电客车，每列电客车 48 台 |
| 900 块 | 1200 块 |

三、4 号线电客车运行时间和行车间隔以集团公司正式对公众发布的信息为准。

四、LCD、LED 屏播放原则：根据运营需要，以运营部门确定的比例为准。

**附件四：履约保证金保函（格式）**

履约保证金保函

开具时间：_____保函编号：_____

致：（甲方名称）

本保函作为贵方与（中标人名称）于__年__月__日就__（项目名称 ）项目（以下简称“项目”）项下签订的____（合同号）____ 号合同的履约保函。

1. 我方受该中标人委托，为该中标人履行上述合同规定的义务做出如下无条件地和不可撤销的保证：

2. 我方在收到贵方提出要求支付保证金的书面通知时，无须提出任何证明或证据，将于 7 个工作日内无条件地、不可改变地向贵方支付人民币总额不超过 元（大写_____）的任何要求金额，我方不要求贵方证实其在索赔要求中指出的违约情况。

3. 我方同意，任何受益人与承租人之间可能对合同的修改或变更或补充，都不能减少和免除我方按本保函所承担的责任。有关修改、变更或补充无须通知我方。

4. 本保函项下的任何支付应为免税和净值。对于现有或将来的税收、关税、收费、费用扣减或预提税款，不论这些款项是何种性质和由谁征收，都不应从本保函项下的支付中扣除。

5. 本保函项下所有权利和义务均适用于中华人民共和国法律。

6. 本保函有效期自 年 月 日之日起至 年 月 日止。

银行地址：_____ 担保银行：（全称） （盖章）

邮编：_____ 法定代表人或（授权代理人）：（签字）

电话：（职务） （姓名） （签字）

传真：_____ 日期： 年 月 日