

合同编号：

贵阳轨道交通 2 号线二期 平面广告媒体资源经营权使用合同

业主：贵阳市宏源永盛轨道交通二号线二期工程建设管理有限公司

经营单位：_____

2021 年____月

目录

第一条 术语定义

第二条 声明和保证

第三条 平面广告媒体资源经营权

第四条 履约担保

第五条 合同价格及支付方式

第六条 保险

第七条 双方的权利义务

第八条 项目经营及管理

第九条 广告及信息

第十条 组织架构

第十一条 利益冲突

第十二条 政府干预

第十三条 资料

第十四条 知识产权

第十五条 合同终止

第十六条 移交及返还

第十七条 违约赔偿

第十八条 纠纷解决

第十九条 不可抗力

第二十条 其他条款

附件

- 1、贵阳轨道交通 2 号线二期广告资源清单
- 2、平面广告媒体发布规则（草案）

贵阳轨道交通 2 号线二期平面广告媒体资源经营权 使用合同

鉴于贵阳市宏源永盛轨道交通二号线二期工程建设管理有限公司实施的贵阳轨道交通 2 号线二期平面广告媒体资源经营权招商项目，已接受_____对该项目经营权的竞价。根据《中华人民共和国合同法》及有关规定，为明确业主和经营单位双方的权利义务关系，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，共同协商签订如下合同：

第一条 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	指业主和经营单位双方签订的《贵阳轨道交通 2 号线二期平面广告媒体资源经营权使用合同》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。
业主	贵阳市宏源永盛轨道交通二号线二期工程建设管理有限公司
经营单位	指在贵阳轨道交通 2 号线二期平面广告媒体资源经营权招商项目中中选，在本合同约定

	的范围内经营贵阳轨道交通 2 号线二期平面广告媒体资源的公司。
平面广告媒体资源	指贵阳轨道交通 2 号线二期 8 个车站和 21 列列车的常规媒体和非常规媒体。
常规媒体	指业主许可于经营线路内设置的固定形式或规格的广告媒体，具体为：贵阳轨道交通 2 号线二期 8 个车站和 21 列列车内的广告灯箱、梯牌、车内画框及由经营单位在业主指定预留位置建设的多媒体广告设施。
非常规媒体	指业主许可于经营线路内设置的非固定形式或非固定规格的广告媒体，具体为：墙贴、玻璃贴、立柱贴、屏蔽门贴、梯间贴、展台、展架、车内贴和车内拉环。
新媒体	指在第一条定义的“常规媒体”、“非常规媒体”之外的广告设施或广告形式。
媒体改造	指对第一条定义的“常规媒体”和“非常规媒体”的广告设施和广告形式进行改造的行为和结果。
经营线路	指贵阳轨道交通 2 号线二期(贵钢站-水淹坝站)。
公历年度	指公历的 1 月 1 日至 12 月 31 日。

<p>广告合同</p>	<p>指经营单位在经营期内利用经营线路范围内的平面广告媒体资源发布广告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经营单位签订的合同。</p>
<p>评估报告</p>	<p>指依据业主委托的具有资产评估资质的贵州和禧资产评估事务有限公司，以 2020 年 9 月 30 日为评估基准日出具的《贵阳轨道交通 2 号线全线广告媒体资源经营权及自助设备场地租赁费评估项目资产评估报告》(黔和禧评报字(2020)第 4-49 号)(以下简称“评估报告”)</p>
<p>适用法律</p>	<p>指所有的中华人民共和国法律、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遍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”不应包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾的法律。</p>
<p>政府部门</p>	<p>指中华人民共和国政府及其下属部门，包括对经营线路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。</p>
<p>工作日</p>	<p>指中华人民共和国法定节假日、双休日以</p>

	及政府发布的放假通知以外的公历日。
第三人	在本合同中特指依适用法律和本合同约定，受经营单位委托履行经营单位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平面广告媒体资源经营权的转让、变更，也不能减轻或免除经营单位在本合同内的任何责任、任务或义务。
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，或受同一公司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。

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“维护”应始终解释为包括平面广告媒体资源及材料的清洁、更换、维护和修复，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。

第二条 声明和保证

2.1 业主和经营单位在此共同声明和保证：

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，具有完全民事行为能力 and 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；

2.1.4 本合同是业主和经营单位双方约定的行使权利和义务的依据，也是业主按照本合同对经营单位在经营期内的经营行为实施监督和收取经营权费等依据；

2.1.5 本合同并不限制或以其他方式影响业主行使其法定权利；

2.2 经营单位单独保证并声明：

2.2.1 经营单位已拥有法律、法规要求的广告经营资格并能合法提供广告经营服务，在贵阳轨道交通2号线平面广告媒体资源经营权招商项目竞拍中所提交、出示的一切证明、承诺资料均属实，未隐瞒可能影响本合同履行的任何信息，否则业主有权解除本合同，因此造成的所有损失由经营单位承担；

2.2.2 遵守贵阳市城市轨道交通广告相关管理规定；

2.2.3 经营单位充分理解贵阳市地铁工程的复杂性和重要性，业主在地铁交通组织的施工和修复工程及带来的人员清查或疏散等各种常规突发意外情况，经营单位应予以服从和理解，并应予以积极配合，不得将上述行为和情况作为要求业主进行赔付主张的理由。

2.3 不转让

除非本合同另有规定，未得到业主的书面同意，经营单位不得转让其在本合同项下的全部或部分权利或义务。

2.4 不涉权

- 2.4.1 本合同不构成双方之间的合营、合资、联营、合伙关系；
- 2.4.2 本合同不造成或不构成对经营线路内其他项目的经营权利，或给予经营单位本合同约定的经营内容以外的对经营线路内任何其他项目享有利益、权利或独占。

2.5 地铁运营优先

2.5.1 经营单位承诺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。业主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经营单位经营的平面广告媒体资源权利，经营单位应无条件接受。

2.5.2 经营单位认可并同意平面广告媒体资源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、干扰、对乘客造成滋扰或其他消极影响。经营单位应就业主提出的对平面广告媒体资源经营、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。

第三条 项目概况

3.1 平面广告媒体资源经营权

本合同平面广告媒体资源经营权主要内容是：经营单位在经营期、经营范围内负责平面广告媒体资源的经营，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、发布广告获取收入，并在平面广告媒体资源经营权终止后，经营单位按照本合同的约定向业主进行返还和移交。

3.2 经营期限

3.2.1 经营准备期

经营准备期自合同签订日起共计 90 天，如 90 天经营准备期届满后，贵阳轨道交通 2 号线二期未实现开通试运营，则经营准备期自动延续至贵阳轨道交通 2 号线二期开通试运营前一日。经营准备期内免收经营权费，但因经营单位使用而产生的一切费用由经营单位自行承担。

3.2.2 经营期

贵阳轨道交通 2 号线二期平面广告媒体资源经营权项目经营期限为 8 年，自贵阳轨道交通 2 号线全线开通试运营之日开始计算经营期。

3.3 经营范围

本合同经营范围仅限于贵阳轨道交通 2 号线二期 8 个车站和 21 列列车的常规媒体和非常规媒体（清单见附件一），其他未经业主批准媒体不在本合同经营范围内（见 1.1 “常规媒体”、“非常规媒体”、“新媒体”）。

3.4 平面广告媒体资源经营权的限制

3.4.1 在经营期内，除非本合同另有约定或预先取得业主书面批准，经营单位不得再将平面广告媒体资源经营权授予第三人或无故终止平面广告媒体资源经营权，且不得为平面广告媒体资源经营权的实施制造妨碍。也不得将平面广告媒体资源经营权及相关

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。

3.4.2 若经营单位将其在本合同项下的任一部分义务委托给第三人履行，则该委托行为任何时候均不能视为经营权的转让和变更，也不能解除经营单位在本合同项下的任何责任、任务权利和义务，经营单位仍将对第三人的行为、疏忽、违约和过失负完全责任。

3.4.3 经营单位委托第三人履行本合同项下部分或全部义务，须取得业主预先批准。业主的不批准并不影响经营单位继续全面履行本合同项下的全部或部分义务。

3.5 保留及除外

为避免争议，经营单位的经营权仅限于贵阳轨道交通2号线二期平面广告媒体资源经营权项目。经营单位在平面广告媒体资源经营过程中，所有招商和宣传内容必须明确经营范围为贵阳轨道交通2号线二期平面广告媒体资源，如因经营单位在招商、宣传和营销过程中产生歧义造成业主其他广告资源经营者的利益受到侵害，由此造成的一切损失由经营单位承担。

上述所授予的平面广告媒体资源经营权利不包括：

- (1) 经营线路内商铺、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) 车站内经过业主同意的产品或赠品派送;
- (5) 业主的其它产品及服务所做的广告;
- (6) 与业主的推广活动相关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) PIS 系统 LCD 显示屏、闸机、吊旗、列车车身外侧广告;
- (10) 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,以及产权不属于业主的设施上的任何机器上面或表面的广告;
- (11) 列车及车站广播;
- (12) 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);
- (13) 隧道内广告;
- (14) 车站冠名;
- (15) 地铁免费报刊、杂志广告;
- (16) 地铁文化产品;
- (17) 其他第一条“常规媒体”和“非常规媒体”未列明的媒体。

3.6 公益广告

3.6.1 经营单位在日常经营过程中须按各类常规平面媒体总量 30%

的比例发布公益广告和业主自身信息。

3.6.2 经营单位无偿承担在常规媒体总量 30%比例内发布的公益广告和业主自身信息的设计、制作、上下画及人工等成本开支；经营单位每个自然年度无偿承担在非常规媒体上发布的 1 个主题车站区域和 1 列主题列车布置（仅含首次上画，不包含后续维护更换），包括设计、制作、上下画及人工等成本开支。

3.6.3 因重大活动导致政府对于公益广告的发布要求超过本合同项下平面广告媒体资源 30%的比例，以政府的规定或要求为准，经营单位须无条件接受，由此产生的广告发布费用及制作成本经双方协商后，按不高于市场价的原则购买使用。如指定的位置已售，经营单位须收回该位置发布公益广告，自行解决与广告客户的广告发布事宜，业主不承担因此产生的损失或赔偿。

第四条 履约担保

4.1 履约担保的提交

4.1.1 为保证经营单位在本合同项下的平面广告媒体资源经营权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业主支付经营权费，经营单位同意向业主提供履约保证金。

4.1.2 履约保证金金额为本合同八年经营权费总额的 3.5%，即
¥ _____元（大写：人民币_____）

4.2 履约担保的作用

4.2.1 履约担保的提取

(1) 经营单位逾期 20 天未向业主支付经营权费或本合同中约定的任何一项费用，业主可以将履约保证金的全部或部分金额转为当期经营单位应支付的经营权费；

(2) 如经营单位按本合同约定发生违约或侵权事项产生违约金、赔偿金等，业主有权直接将履约保证金的全部或部分款项转为经营单位应付的违约金、赔偿金等。

4.2.2 如果业主根据法律规定或本合同约定，将履约保证金的全部或部分款项转作其他费用，经营单位应在收到业主书面通知后 10 日内，将履约保证金数额恢复到本合同约定的金额，并向业主提供履约保证金已恢复至该金额的书面证据，如果经营单位没有按约定将履约保证金足额恢复到本合同约定的金额，视为经营单位违约。

4.2.3 经营单位有权对业主根据上述 4.2.1 条约定将履约保证金的部分及全部款项转作其他费用提出异议。但经营单位放弃因该异议向业主提起诉讼的权利，且该异议并不影响业主直接提取履约保证金部分及全部款项的权利。

4.2.4 业主行使履约保证金项下的权利不损害业主在本合同项下的其他权利，并且不应减轻或免除经营单位不履行本合同义务而对业主所负的任何进一步的责任和义务。

4.3 履约担保的返还

在下列条件全部满足后，业主将履约保证金无息退还给经营

单位:

4.3.1 合同终止(含合同约定的经营期限届满、非因经营单位违约导致的合同解除及经营终止)。

4.3.2 经营单位已付清经营权费及合同约定的各项费用。

4.3.3 经营单位已按本合同第十五条约定完成返还工作。

4.3.4 经营单位向业主书面提出履约保证金返还申请。

第五条 合同价格及支付方式

5.1 经营权费

业主通过本合同, 在经营期内将经营范围内的平面广告媒体资源经营权交给经营单位, 在经营期内, 经营单位向业主支付经营权费。

5.2 经营权费的数额

5.2.1 本合同含税总金额为 ¥ _____ 元(大写: 人民币 _____)。

5.2.2 经营权费一览表

序号	经营年度	经营权费支付比例	年度经营权费
1	第一年度	成交金额的10.5%	
2	第二年度	成交金额的11%	
3	第三年度	成交金额的11.6%	
4	第四年度	成交金额的12.1%	
5	第五年度	成交金额的12.7%	
6	第六年度	成交金额的13.4%	
7	第七年度	成交金额的14%	
8	第八年度	成交金额的14.7%	

	合计	成交金额的 100%	
--	----	------------	--

5.3 经营权费的支付方式

5.3.1 经营权费的支付

(1) 经营权费分 8 个年度计算，每年度金额递增（具体金额见 5.2.2），每年度经营权费分 4 期平均支付，每季度支付一次，第一年度第 1 期经营权费于本合同签订之日起 10 日内支付，第一年度第 1 期到期前 10 日内收取第一年度第 2 期经营权费，后续各期经营权费收取时间以此类推。

(2) 如贵阳轨道交通 2 号线二期先期试运营，根据贵阳轨道交通 2 号线二期先期试运营天数及贵阳轨道交通 2 号线二期第一年度经营权费计算贵阳轨道交通 2 号线二期先期经营权费，在全线开通试运营后 30 日内进行补缴。

(3) 经营单位每期以转账方式将当期经营权费转入业主如下账户：

业主账户名

称：_____，

开户银

行：_____，

银行账

号：_____。

5.3.2 发票的开具

业主在收到 5.2 条所述的款项后 30 个工作日内向经营单位开具合法等额的增值税发票。

5.4 经营权费的调整

5.4.1 经营期内，如因经营单位原因导致可用于发布广告的常规媒体数量出现减少，经营权费不予调整。

5.4.2 经营单位在经营期内，如业主因政策、运营、安全等需要，导致经营单位可用于开展广告经营的设施数量较《贵阳轨道交通 2 号线二期广告资源清单》（见附件一）中所列数量有所调整的，按照评估报告单价计算增减广告资源的价值，变化幅度不超过评估报告中广告资源价值 5%（含 5%）的，经营权费不做调整；变化幅度超过评估报告中广告资源价值 5%的，该年度实际经营权费以实际移交的常规媒体数量为准计算，该年度预交的经营权费不予调整，在下一年度经营权费中进行相应增减。

调整金额计算公式为：

$$\text{增减金额} = \text{该年度经营权费} \times \frac{\text{增减广告资源在评估报告中价值}}{\text{评估报告中所有平面广告资源价值}} \\ \times \frac{\text{实际增减使用天数}}{365}$$

5.4.3 如在经营期内因本合同 5.4.2 条的约定经营权费需调整或经业主与经营单位双方协商增设常规媒体，按双方商定后签订的补充合同约定向业主交付经营权费。

5.5 经营权费的退还

业主已收取的经营权费不予退回，除非业主因自身的原因要求提前终止本合同。在业主因自身的原因要求提前终止本合同的情形下，业主只退还当年度已经提前收取的部分年度经营权费，即按照本年度实际经营的天数计取已发生的年度经营权费，退还余额=已收缴经营权费-已发生的经营权费，由业主不计利息退回经营单位。其他以往已经收取的年度经营权费不退回。

5.6 经营单位使用的电力为有偿使用，具体单价、交纳的期限和方式由业主确定并书面通知经营单位。

第六条 保险

6.1 保险的基本情况

在经营期内，经营单位需自费购买和维持用于保证公众安全及平面广告媒体资源运营安全的必要保险（包括但不限于财产一切险、公众责任险、机器损坏险），该等保险应当事先取得业主书面同意。

6.2 保险的特别约定

6.2.1 业主有权要求经营单位把业主及其子公司、附属公司、控制或联营公司列为公众责任险、财产一切险（按实际情况而定）保险单上的共同被保险人（受益人）；

6.2.2 经营单位应在获准在中华人民共和国经营保险业务的、具有良好信誉的保险人处购买；

6.2.3 经营单位应遵守对其适用的保险单的条款及条件，并应遵循

与保险商订立的索赔管理程序。该索赔管理程序应符合或者优于同类项目的合理的和惯常使用的条款；

6.2.4 经营单位未能按本合同约定投保或获得保险证明，不得减轻经营单位依本合同应承担的义务和责任；

6.2.5 当任何保险单项下的任何索赔事项发生时，经营单位应通知业主并及时向业主提供其合理要求的有关保险单项下索赔的任何信息，按照法律及合同的规定及时将赔款支付给业主；

6.2.6 根据本合同投保的所有保险，对于任何责任范围的取消、终止、期满或中止和/或保险的任何重大改变或保险额的任何减少，或责任限制的任何减少，经营单位应促使保险商在此类取消、终止、期满、中止、改变或减少生效之前至少 90 天通知业主。

6.3 保险的转让

在返还日，经营单位应将所有第三人、制造商和供应商提供的尚未期满的担保及保证，以及所有的保险单、暂保单和保险单批单等与平面广告媒体资源设施有关的其他担保、保证及所有的保险凭证，全部无偿转让给业主，双方另有约定的除外。在返还时，业主有权选择是否接受合同延续和承担由此发生的一切责任。

第七条 权利和义务

7.1 业主的权利和义务

7.1.1 按本合同约定收取经营单位支付的经营权费及本合同约定各项费用。

7.1.2 按本合同约定向经营单位提供经营线路范围内的平面广告媒体资源开展经营活动。

7.1.3 按本合同及相关管理规定对经营单位的经营活动进行管理。

7.1.4 业主有权审查经营单位本合同项下与平面广告媒体资源经营业务相关的经营合同、经营管理纪录、会计账簿、会计凭证以及相关的财务文件。

7.1.5 业主有权委托第三方管理单位代表业主行使本合同项下部分业主的管理权利。

7.2 经营单位的权利和义务

7.2.1 按本合同约定开展经营线路范围内平面广告媒体资源的经营，获取广告收入。

7.2.2 按照本合同约定按时向业主缴纳经营权费及本合同约定各项费用；

7.2.3 经营单位有义务接受业主及业主委托的第三方管理单位的管理要求；

7.2.4 在业主预留的多媒体广告设施位置投资建设广告媒体设施；

7.2.5 确保经营线路范围内平面广告媒体设施处于良好的状态，对平面广告媒体资源进行日常巡检、维护和维修；

7.2.6 承担平面广告媒体资源的安全责任，包括但不限于开展安全检查和制定安全措施与防范机制；

7.2.7 确保经营期内所有常规媒体广告位无内容空置（俗称：开天

窗)现象。

7.2.8 按本合同要求完成业主要求的公益广告或政府征用广告的设计、制作及上下画

7.2.9 完成业主交托的关于经营线路范围内平面广告媒体资源经营权的其他任务

第八条 项目经营及管理

8.1 广告发布

8.1.1 经营单位须遵守贵阳轨道交通关于广告发布的各项管理规定，按照流程配合业主开展广告发布前的画面审批及施工请点工作。

8.1.2 经营单位设计及规划发布的非常规广告不应遮挡、移动、改变站名、应保留营运安全指示、向导指示，同时要符合《平面广告媒体发布规则（草案）》（见附件二）的要求。

8.2 广告合同

经营单位不得签署超出经营单位通过本合同获得的广告资源经营权范围（包括经营线路、业务范围、经营期限等）以及损害业主利益的广告合同，一经业主发现，视为经营单位违约。

8.3 新媒体开发

8.3.1 在经营期内，业主和经营单位均有权建议开发新媒体，新媒体开发的具体事宜(包括收益分配)由双方根据本合同的原则进行协商并签订相应的补充合同；

8.3.2 经营单位提出新媒体开发方案的，方案须经业主批准后由经营单位按照方案实施和承担相应的费用，并按双方商定后签订的补充合同约定向业主交付经营权费；

8.3.3 业主提出新媒体开发方案的，可提交经营单位征求意见，如经营单位同意的，由经营单位根据方案实施并承担相应的费用；如经营单位不同意开发或在收到业主的方案之日起30日内不予答复的，业主可以自行开发或委托其他方进行开发。

8.4 媒体改造

8.4.1 经营单位提出对原有媒体改造方案必须经业主审批后方可实施，媒体改造的费用全部由经营单位负责，并按双方商定后签订的补充合同约定向业主交付经营权费；

8.4.2 改造后的广告资源所有权归业主所有，在经营期结束后经营单位须按照现状在良好状态下返还业主，业主不需为此承担任何费用。

8.5 经营检查

8.5.1 为本合同之目的，业主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。经营单位有义务或使其委托的第三人提供工作配合和支持；

8.5.2 业主或受其委托的第三方进行上述检查的费用由业主承担。若委托检查结果表明经营单位未履行其义务或违反贵阳轨道交通的各项管理制度和规范，经营单位在接到业主以书面方式发出的

整改通知后，未在规定时间内响应或按要求完成整改的，视为经营单位违约。

8.5.3 政府行政管理部门在巡查过程中发现经营线路内广告资源存在不良影响必须整改的，经营单位必须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，由经营单位承担责任。如业主因此受到政府部门的处罚，有权向经营单位追偿并追究其违约责任。

8.6 安全制度

8.6.1 经营单位在广告资源经营过程中必须严格遵守法律法规、政府政策及贵阳轨道交通规定的各项安全管理制度和规范。必须遵守地铁运营单位的各项安全管理制度和规范，广告的安装调试及维护等相关工作计划应提前报地铁运营单位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。所有广告设施及与之相关工作均不得对地铁运营安全服务和乘客造成影响；

8.6.2 经营单位要加强广告设施的安全巡检，消除安全隐患。广告设施故障影响地铁运营服务及美观的，必须及时整改。对危及广告资源安全的案情应及时制止，并报告业主，同时进行宣传、解释、劝阻和书面告知违反规定的单位或个人进行整改。对逾期不改的，经营单位向业主书面报告。如法律法规要求经营单位向有关政府部门报告的，经营单位须按法律法规的要求执行；

8.6.3 经营单位应为雇员、代表或第三人提供适当的安全培训，包括参加业主组织的经营线路安全培训课程，业主有权按该课程的培训成本向经营单位收取适当费用；

8.7 广告资源的消防安全

8.7.1 经营单位在广告资源经营中，如需要进行媒体改造或开发新媒体时，其改造或开发的方案必须符合消防法律法规及业主的规范要求，取得业主及/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，法律法规或贵阳轨道交通规定必须验收的，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业主的规范要求；

8.7.2 经营单位在广告资源经营中，广告资源的日常维护、更新等所用的材料、设备、设施必须符合消防安全要求。

8.8 安全责任的承担

本合同项下广告资源运营过程中产生的所有安全责任事故的后果由经营单位承担，业主对本合同中约定事项的审批不减轻、不免除经营单位应当承担的合同责任和法律责任。

第九条 广告及信息

9.1 经营单位从事广告经营活动，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，遵守贵阳市城市轨道交通广

告画面相关管理规定，遵循公平、诚实信用的原则。

9.2 权利限制

9.2.1 在广告发布之前，经营单位应将广告样稿送达业主审批，业主有否决的最终权利。业主的审批不减轻、不免除经营单位应当承担的法律责任。如果经营单位发布未经业主审核的广告内容或发布的广告内容与业主审批内容不符，经营单位在接到业主以书面方式发出的整改通知后，未在规定时间内响应或按要求完成整改的，视为经营单位违约。

9.2.2 如果经营单位不依法经营导致业主被追究责任的，视为经营单位违约，业主权向经营单位追偿业主已承担的责任。

第十条 组织架构

10.1 项目组织机构

10.1.1 经营单位应在本合同签订生效后 1 个月内根据相关中国法律，在业主所在地，为经营管理本合同项下经营线路内平面广告媒体资源而组建项目组、分公司或全资子公司（以下简称：项目公司）。项目公司成立后，经营单位在得到业主书面同意的情况下，方可委托项目公司履行经营单位在本合同项下的权利、义务和责任；

10.1.2 所有本合同项下广告资源的广告合同均须与项目组(公司)签署，否则视为经营单位违约。

10.2 其他要求

经营单位与项目公司签署的委托协议并非本协议的履约主体发生变更，也不视为经营单位将广告经营权转授予项目公司。经营单位的委托仅是经营单位将具体的广告经营事务交由项目公司具体负责实施，项目公司的具体经营行为视为经营单位之行为。经营单位在本合同项下的任何责任和义务不因对项目公司的委托行为而免除、减轻或受其他影响。如项目公司在具体经营过程中违反法律、法规、业主对广告发布的相关管理制度以及本协议的约定的，视为经营单位违约。

第十一条 利益冲突

经营单位不得直接或间接利用本合同项下的经营权从事损害业主利益的关联交易，经营单位同意业主在经营期内可对经营单位进行检查及要求经营单位整改直至业主满意为止。

第十二条 政府干预

12.1 经营单位承诺平面广告媒体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。

12.2 于经营期内，由于政府对平面广告媒体资源的管理、经营进行干预而影响平面广告媒体资源的正常经营所引致经营单位损失，业主不予承担。

第十三条 资料

13.1 业主有权获取资料：

13.1.1 业主可以书面通知的形式，要求经营单位：

(1) 给予业主充分的权利，使其能够获取经营单位与本合同约定的义务、业务和事宜相关的资料；

(2) 按通知书所指明的方式及合理的时间内，向业主提供所需资料，并给予其核实资料的权利。

13.1.2 本合同 13.1.1 (1) 条中所提及的资料，包括业主为确认经营单位已遵从本合同及业主根据本合同做出的任何决定、指示、说明或约定而合理地要求的任何资料；

13.2 业主可以书面通知形式，要求经营单位在合理的期间内：

(1) 按通知书所指明的格式及合理时间，向业主提供广告发布记录的副本；

(2) 准许业主或其以书面授权的任何人，在任何合理的时间查阅广告发布的所有记录；

(3) 业主或其授权人有权复印记录。

13.3 未经业主事先同意，经营单位不得泄露本合同的任何内容。

第十四条 知识产权

14.1 一般规定

14.1.1 经营单位应保证业主永久享有经营单位为本合同项下提供的软件、技术资料的合法使用权，并保证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。

14.1.2 依本合同由经营单位以授权许可及/或转让方式向业主提供的任何知识产权仅限于由业主应用于经营线路。

14.2 保密

14.2.1 任何一方或其雇员、顾问或代理人获得的所有资料 and 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，在经营期届满之日两年内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。

14.2.2 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。

14.2.3 本合同任何一方违反 14.2.1 条约定的保密义务的，均须向对方承担损害赔偿责任。

第十五条 合同终止

15.1 正常终止

本合同约定的经营期届满，经营单位的平面广告媒体资源经营权终止。

15.2 提前终止

15.2.1 经营期内，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。

15.2.2 经营单位因自身原因要提前终止合同，须提前 6 个月书面通知业主，经业主书面同意后方能解除合同，经营单位单方解除合同的，业主除扣除经营单位的履约保证金，有权不退还经营单位已交纳的经营权费，同时，有权要求经营单位赔偿业主的损失并要求经营单位支付相应的违约金。

15.2.3 业主因自身的原因要求提前终止本合同的情形下，业主只无息退还当期已经提前收取的部分经营权费，即按照当期实际经营的天数计取当期实际发生的年度经营权费，与已预收的当期金额之间的差额部分，由业主退还经营单位。其他以往已经收取的年度经营权费不退还。

15.3 违约终止

如经营单位违反本合同约定，业主除有权追究经营单位违约赔偿责任外，还有权单方解除本合同，发出终止通知终止本合同，经营单位收到终止通知之日即为终止日，业主已经收取的经营权费不退还经营单位。此外，经营单位须向业主赔偿因此给业主造成的经济损失。平面广告媒体资源经营权终止后，经营单位不得再与第三方签订广告合同或其它合同，并按本合同有关返还的约定条款执行，将平面广告媒体资源经营权返还给业主，业主无

须为此承担对经营单位任何形式的补偿责任。

15.4 因征收、征用导致的经营期提前终止

15.4.1 除本合同另有约定外，如果全部或部分平面广告媒体资源所在场所内设施被任何政府部门没收、征收、征用，或被中止、收回全部或部分平面广告媒体资源经营权，业主有权向经营单位发出终止通知；

15.4.2 经营单位收到业主发出的终止通知之日即为提前终止日。

15.5 终止的一般后果

15.5.1 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；

15.5.2 本合同终止后，除另有约定，双方均不再承担相关的权利和义务，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；

15.5.3 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。

15.5.4 无论是何种形式的合同终止，经营单位均有义务按照本合同 16.2 条约定将平面广告媒体资源返还给业主，业主无须为此向经营单位承担任何形式的补偿责任。

第十六条 移交及返还

16.1 移交的一般约定

16.1.1 本合同签订生效后，业主将平面广告媒体资源的移交清单，

及本项目经营线路内的平面广告媒体资源移交给经营单位；经营单位与业主共同清点资源，表示明确资源范围及清单明细后，签署并盖章回复业主，至此移交完成。

16.2 返还的一般约定

16.2.1 经营单位在平面广告媒体资源经营权终止后，应无条件且无偿地向业主返还全部平面广告媒体资源、权利、文件和材料档案，并确保平面广告媒体资源返还时处于可正常使用状态，平面广告媒体资源设施正常损耗的部分除外。

16.2.2 平面广告媒体资源、权利等在向业主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。

16.2.3 返还过程不应影响平面广告媒体资源所在场所运营、维修及其它业务的正常运作；

16.2.4 对于向业主的返还和转让，业主无需向经营单位支付任何补偿或对价；

16.2.5 如在经营期内由经营单位投资建设的新媒体需拆除，在拆除前应向业主提交施工方案，经业主同意后方可实施；如拆除过程中会对地铁站内和车辆外观造成损毁，经营单位应无条件地恢复地铁站内和车辆外观。

16.2.6 经营单位应完全负责与履行平面广告媒体资源经营权有关的所有债务；

16.2.7 经营单位在上述返还事宜全部完成并取得业主书面确认后，

视为返还完成；

第十七条 违约责任

17.1 除因客观原因获得业主书面许可外，经营单位逾期缴纳本合同项下经营权费及各项其他费用，须按每日 0.2‰ 的标准向业主支付违约金，从逾期付款之日起计至经营单位按本合同约定金额缴纳经营权费及各项其他费用，且将履约保证金数额恢复到本合同约定的金额之日止。逾期时间达到 30 天的，视为经营单位违约，业主有权按照本合同第 15.3 条的约定终止本合同。

17.2 业主按本合同 4.2 条款约定，将履约保证金的全部或部分款项转作其他费用，经营单位逾期未将履约保证金数额恢复到本合同约定的金额的，须按每日 0.2‰ 的标准向业主支付违约金，逾期时间达到 10 天的，视为经营单位违约，业主有权按照本合同第 15.3 条的约定终止本合同。

17.3 经营单位在平面广告媒体资源经营期间有违反本合同经营管理相关条款的，业主按本合同约定向经营单位下发《整改通知书》，要求其在规定的时间内完成整改，整改期间业主有权暂停广告画面和上下画施工的审批，因整改造成的一切损失由经营单位自行承担。如在业主发出的《整改通知书》规定的期限内未按要求整改完成的，视为经营单位违约，业主有权按照本合同第 15.3 条的约定终止本合同。

17.4 有下列情形之一的，业主有权按照本合同第 15.3 条的约定终

止本合同，并有权就经营单位所造成的损失要求赔偿：

17.4.1 经营单位因严重违反国家有关法律、法规、政策，而被国家行政机关处罚或责令停业。

17.4.2 在贵阳轨道交通 2 号平面广告媒体资源经营权项目竞价、签署和履行本合同过程中隐瞒可能影响本合同履行的任何信息，向业主提供虚假的资料或信息的。

17.4.3 经营单位未经业主书面同意，擅自改变平面广告媒体资源设施和设备的。

17.4.4 经营单位因管理不善，发生重大质量、安全事故或经营单位与广告客户发生纠纷对业主轨道交通运营（或名誉）造成影响的事件或行为的。

17.4.5 经营单位有本合同约定的违约行为的。

17.4.6 经营单位有严重违反本合同约定的其他行为的。

17.6 违约责任条款在相关违约责任承担完毕之前，即便是本经营期满或终止后仍然继续有效。

17.7 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。

第十八条 纠纷解决

18.1 对于合同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，提交业主所在地人民法院提起诉

讼。

18.2 上述纠纷解决条款在本合同终止后继续有效。

第十九条 不可抗力

19.1 本条所述的“不可抗力”系指那些无法控制，不可预见的事件，但不包括违约或疏忽。不可抗力包括但不限于：战争、暴乱、洪水、台风、地震、防疫限制和禁运等。

19.2 若不可抗力发生使合同执行受阻，则合同执行时间根据受影响的时间相应延长，但合同报价不得调整。

19.3 受阻方应在不可抗力事件发生后 7 天内，以书面形式将不可抗力的情况和原因通知另一方，并附上有关证明材料。

19.4 任何因不可抗力所导致延误履行合同或不能履行合同，受阻方将不因此而构成违约。

19.5 在发生任何不可抗力的情况时，只要合理可行，业主和经营单位双方应尽力继续履行其合同中的义务。如不可抗力的发生并未对合同的执行带来实质性影响，任何一方不得以此为理由终止合同。在未终止合同的情况下，不可抗力造成的损失由合同双方各自承担。

19.6 如果不可抗力已发生并持续 180 天，双方中任何一方均有权在通知对方 30 天后终止合同。如果 30 天的期限到期后不可抗力仍在持续，本合同即告终止。

第二十条 其他条款

20.1 本合同书与下列文件一起构成合同文件：

20.1.1 本合同补充合同（如有）；

20.1.2 澄清补充文件及其他补充资料；

20.1.3 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。

20.2 补充合同

本合同未尽事宜，双方另行签订补充合同。补充合同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业主和经营单位双方签字盖章方能生效。

20.3 本合同正本一式 份，业主和经营单位各执 份，副本一式 份，业主持 份，经营单位持 份，正副本具有同等的法律效力。

20.4 合同生效

本合同自双方签字盖章之日起生效。

20.5 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贵州省贵阳市。

(此页无正文)

业主（签章）：

经营单位（签章）：

法定代表人：

法定代表人：

身份证号：

委托代理人：

委托代理人：

身份证号：

地址：

地址：

电话：

电话：

传真：

传真：

邮编：

邮编：

年 月 日签于贵州省贵阳市

附件一：

贵阳轨道交通 2 号线二期广告资源清单

序号	站名	12 封灯箱					梯牌	多媒体预留	
		站厅	出入口通道	导向灯箱	站台轨行区	单站合计			
2 号线二期									
1	贵钢站	15	19	2	40	74	156		
2	富源北路站	21	14	2	40	75	130		
3	森林公园站	18	14	2	40	72	68		
4	龙洞堡站	16	21	2	40	77	106		
5	机场站	6	5	3	42	53	53		
6	小碧站	17	18	2	40	75	57		
7	云盘村站	7	0	2	30	37	0		
8	水淹坝站	19	0	2	32	51	0		
合计		119	91	17	304		570		
二期合计		531						570	
二期列车车 内画框	2 号线二期共 21 列车，每列车 6 节车厢，每节车厢 6 块 35cm*55cm 画框，每列车 36 块画框，共计 756 块画框。								

非常规媒体由经营单位负责设计及规划，但在发布时不能遮挡、移动、改变站名、营运安全指示、导向指示等运营信息，不能对运营管理造成影响，不能改变车站、车厢现有设施或结构。

附件二：

贵阳市城市轨道交通集团有限公司 平面广告媒体发布规则（草案）

一、广告灯箱

- 1、规格：12封广告灯箱、梯楣广告灯箱；
- 2、数量：以现场实际数量为准；
- 3、广告形式：单面平面广告；
- 4、广告画制作材料：采用高级灯箱布或灯箱片喷绘；
- 5、发布质量要求：上下画后应立即进行检查，应达到以下质量标准。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
2	广告框架	光洁，明亮，无明显手印、污渍、浮尘、镜框无破损，良好锁闭，边框无松动，框架按要求闭合
3	施工现场	无遗弃杂物、清洁、无污渍，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、梯旁广告牌

- 1、规格：高900mmx宽600mm；
- 2、数量：以现场实际数量为准；
- 3、广告形式：单面平面广告；
- 4、广告画制作材料：采用高级进口相纸喷绘。
- 5、发布质量要求：上下画后应立即进行检查，应达到以下质量标准。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，无起翘
2	广告框架	整洁、无明显手印、污渍、浮尘、镜框无破损，边框无松动，框架按要求闭合
3	施工现场	无遗弃杂物、清洁、无污渍，不得划伤框架表面

三、贴敷式广告

经营单位设计及规划发布的贴敷式广告不应遮挡、移动、改变站名、不影响营运安全指示、导向指示，不能改变车站、车厢装修设计风格，且经营单位在贴敷式广告招商前必须取得业主对该方案的审核，方案内容包括但不限于选用材质说明、效果图、贴敷范围等内容，否则视为违约，业主有权追究因此带来的损失。

具体发布方法可参照以下条款，但最终实施方案以业主批复为准。

如贴敷式广告实际发布时不符合维护标准及材质要求的，业主有权要求经营单位及时整改，如经营单位未按要求进行整改的，业主有权对其进行拆除，并不为此承担任何责任。

（一）墙贴

1、墙贴发布不能遮挡、移动、改变站名、运营安全指示、导向指示，如需要在安全指示、导向指引、及运营营销宣传发布的墙面附近区域发布，应在其上下左右各预留 50mm 以上的空白墙面。

2、“灯箱+墙贴”的发布不能覆盖广告灯箱的边框，应保持灯箱位置能被迅速识别及边框能迅速打开。

3、十米以上的通道墙面建议提炼元素进行镂空处理，如果实在不能镂空就要进行分隔处理。

4、广告材质要求：易于清除并不留痕迹，不腐蚀张贴面。

5、发布质量要求：上下画后应立即进行检查，应达到以下质量标准。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、无污迹、明显手印、污渍、浮尘、无毛边、起翘；已按规格尺寸粘贴
2	施工现场	无遗弃杂物，清洁，无污渍，曾粘贴过广告的位置应完全恢复正常状况，彻底清除

		粘胶，不得划伤墙面
--	--	-----------

(二) 立柱贴

1、开发原则：客流较集中、发布效果好，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，不影响车站装修风格。

2、发布数量原则：符合运营分公司要求的各站站台、站厅立柱均可用于广告发布。

3、广告形式：单面平面广告；

4、所有立柱贴发布根据车站柱体形状尺寸发布

圆柱：上预留 300mm 空白，下留脚线；

方柱：应在外层扣板表面发布，不允许包裹扣板造型或贴敷于内层石材表面。有防火卷帘门滑轨的一侧不允许发布。

5、站台立柱有运营导向信息的柱子，登载导向信息的柱面不得发布广告；

6、广告材质要求：易于清除并不留痕迹，不腐蚀张贴面。

7、发布质量要求：上下画后应立即进行检查，应达到以下质量标准。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、无污迹、明显手印、污渍、浮尘、无毛边、起翘；已按规格尺寸粘贴

2	施工现场	无遗弃杂物，清洁，无污渍，曾粘贴过广告的位置应完全恢复正常状况，彻底清除粘胶，不得划伤墙面
---	------	---

(三) 玻璃贴

1、发布规格原则：有运营信息及活动门的玻璃不能发布，四边至少各预留 100mm, 不能完全覆盖整块玻璃，不得遮挡运营服务信息。

2、发布数量原则：为保持站内通透的视觉效果，玻璃贴采取隔块发布，具体可采取一隔一、二隔二、三隔三发布。

3、广告形式：双面平面广告；

4、广告材质要求：易于清除并不留痕迹，不腐蚀张贴面。

5、发布质量要求：上下画后应立即进行检查，应达到以下质量标准。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、无污迹、明显手印、污渍、浮尘、无毛边、起翘；已按规格尺寸粘贴
2	施工现场	无遗弃杂物，清洁，无污渍，曾粘贴过广告的位置应完全恢复正常状况，彻底清除粘胶，玻璃无破损

(四)、屏蔽门贴

1、发布原则:有运营信息及活动门的玻璃不能发布;不能影响屏蔽门正常开合,保证列车运行安全;不能遮挡车内外的主要视线区域,避免对乘客的视线造成的影响,且不能影响到屏蔽门上的警示信息和警示标志;固定门上主体画面的发布高度不超过700mm,滑动门上主体画面的发布高度不超过600mm,滑动门贴要求采取异形镂空形式,不得遮挡运营服务信息;

2、广告形式:单面平面广告;

3、发布质量要求与玻璃贴相同。

(五) 梯间贴

1、开发原则:张贴于楼梯梯级表面,但不能遮挡运营标志或安全标志;

2、发布数量原则:不超过梯级总数;

3、广告形式:单面平面广告;

4、广告材质要求:易于清除并不留痕迹,不腐蚀张贴面;

5、发布质量要求:上下画后应立即进行检查,应达到以下质量标准。如未达标,需立即重新上画或整改。

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,无毛边、翘边;按规格尺寸粘贴。
2	施工现场	无遗弃杂物,清洁,无污渍,曾粘贴过广告的位置应完全恢复正常状况,彻底清除

		粘胶。
--	--	-----

四、列车广告

(一) 车厢画框广告

- 1、规格：高550mm × 宽350mm；
- 2、数量：每节车厢6块、每列车共有36块；
- 3、位置：列车门左右两侧；
- 4、广告形式：可做贴附式单面广告；
- 5、广告画制作材料：采用高级进口相纸喷绘。
- 6、车厢画框使用时按照运营优先的原则，如运营分公司需在车厢画框发布运营管理信息，须优先保障。
- 7、在发布时必须保证车厢海报广告画面无空白。在不发布商业广告时，应发布公益广告或地铁公司宣传广告，也可根据实际情况发布少许列车广告位的招商广告。

8、发布质量

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	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，不得划伤框

		架表面
--	--	-----

(二) 车门广告

- 1、规格：广告画面面积不超过车门面积的一半；
- 2、广告形式：可做贴附式单透膜平面广告；
- 3、广告画制作材料：采用高级进口单透贴膜（选用材料应保证做到不残留粘胶，方便更换，对列车车门无任何影响）。
- 4、车门位置不得发布列车广告位招商广告。
- 5、发布质量同玻璃贴。

(三) 车窗广告

- 1、规格：广告画面面积不超过车窗面积的四分之一；
- 2、广告形式：可做贴附式单透膜平面广告；
- 3、广告画制作材料：采用高级进口单透贴膜（选用材料应保证做到不残留粘胶，方便更换，对列车车窗无任何影响）。
- 4、车窗位置不得发布列车广告位招商广告。
- 5、发布质量同玻璃贴。

(四) 车厢广告

- 1、不能遮挡、移动、改变站名、运营安全指示、导向指示，在有安全指示、导向指引、操作设施的区域不允许发布。
- 2、车顶、车壁、地面为可发布空间，发布比例原则上不超过车内可发布空间的 70%
- 3、广告材质要求：易于清除并不留痕迹，不腐蚀车体表面。

4、发布质量要求：上下画后应立即进行检查，应达到以下质量标准。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、无污迹、明显手印、污渍、浮尘、无毛边、起翘；已按规格尺寸粘贴
2	施工现场	无遗弃杂物，清洁，无污渍，曾粘贴过广告的位置应完全恢复正常状况，彻底清除粘胶，不得划伤车体表面

五、LED大屏广告

- 1、满足公益广告的前提下，设置商业广告。
- 2、在每天地铁运营时段内保持播放，如无商业广告，则播放公益广告及其它新闻信息。
- 3、全线所有LED屏幕须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），占用总体播放时间的30%；其余时间可全屏播放广告信息，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。