

南京地铁 3、10、S1、S8 号线车站及列车媒体 代理经营权转让合同

甲方：南京地铁资源开发有限责任公司

乙方：

鉴于南京地铁资源开发有限责任公司通过公开招商，选择_____公司作为南京地铁平面广告发布代理经营权项目招商受让方。甲乙双方经共同协商签订如下合同：

第一章 释义

- 1.1 合同经营线路：在本合同中指南京地铁 3、10、S1、S8 四条线路，且 10 号线不包含小行、中胜、元通、奥体中心 4 站。上述各线路现有途径站点以附件 1《常规媒体交付种类及数量》为准。
- 1.2 广告发布代理经营权：甲方将合同经营线路的平面广告发布代理经营权在本合同约定的期限内转让给乙方，双方签订平面广告发布代理经营合同，由乙方自筹资金、自担风险、自负盈亏地进行商业经营，并按约定向甲方交付一定费用。
- 1.3 广告发布代理经营权费：甲方将合同经营线路平面广告媒体的发布代理经营权转让给乙方，并据此向乙方收取的全部费用。
- 1.4 履约保证金：为保证乙方履行本合同约定之各项义务和责任，在签订本合同后，由乙方向甲方提供履约保证金（可采用现金、支票、银行履约保函（见索即付保函）等形式）。合同期内乙方无违约行为，甲方将全额无息退还给乙方。
- 1.5 附件和补充协议：本合同的所有附件以及相关的补充协议都为本合同的有效组成部分，与本合同具有同等法律效力。

第二章 合同标的、媒体范围、转让期限

- 2.1 合同标的：本合同标的为南京地铁 3、10（不含小行、中胜、元通、奥体中心 4 站）、S1、S8 平面广告媒体的发布代理经营权。
- 2.2 合同期内，合同经营线路如有新建的延伸线路开通试运营，乙方缴纳的平面广告代理经营权保底费用标准为：该线路当年平面广告代理经营权保底费用价格

的车站平均价*60%*新增车站数，并按费用计收条款进行缴纳（该线路当年平面广告代理经营权保底费用价格中的车站价值按照评估报告中车站价格的比例，进行同比例的折算）。

2.3 合同期内，如出现 S7 与 S1 列车大交路运营、混跑现象，则列车平面广告媒体的发布代理经营权划分依据为 S1 和 S7 各自采购的列车。

2.4 媒体范围及种类：合同经营线路的常规媒体和非常规媒体，具体如下：

2.4.1 常规媒体，包括：合同经营线路站厅、站台和通道区域内的广告灯箱，以及列车车厢内看板。

2.4.2 非常规媒体，包括：合同经营线路站厅、站台、通道和列车区域内的张贴类广告（包含：站厅、站台包柱；站厅、通道墙贴、地贴；站厅玻璃栏杆贴；闸机贴；列车车窗贴、椅侧贴；安全门贴（南京地铁保留对安全门媒体开发的权利）），以及列车拉手广告。

2.5 本合同广告发布代理经营权不含以下媒体范围及种类：

2.5.1 车站楼梯贴、自动售票机贴、吊旗、列车车身外侧广告等张贴类广告。

2.5.2 独立商业区内的各类广告。商铺（含车站银行）外立面的店招及内部的各类广告。

2.5.3 车站及列车冠名。

2.5.4 导向牌、线路图、站台列车时刻 LED 屏等导向类广告。

2.5.5 车站及列车广播。

2.5.6 车站外立面、出入口外墙、风亭风井广告。

2.5.7 ATM 机、自动售货机、自动拍照机等自助设备上的广告。

2.5.8 隧道内的广告。

2.5.9 视讯系统（PIS）广告。

2.5.10 LED 广告大屏广告。

2.5.11 地铁免费报刊、DM 杂志广告。

2.5.12 本合同 2.4、2.5 条中未列明的其他广告媒体。

2.6 如乙方需开发经营合同范围外的平面媒体，须经甲方审批同意后方可经营，并

按此项目广告代理经营收入*分成比例（50%）单独向甲方支付此项目的代理经营权费。

- 2.7 广告发布代理经营权转让期限：5年，起始日为XXX年XX月X日（《成交确认书》或《网络报价成交确认单》生效之日后31日起），截止日为2023年12月31日。

第三章 广告媒体交付种类及数量

- 3.1 常规媒体由甲方出资建造，非常规媒体由乙方投资建设。
- 3.2 广告常规媒体交付种类及数量详见合同附件1《常规媒体交付种类及数量》。
- 3.3 甲方按照合同约定将广告媒体资源现状交付乙方，双方于30日内在交接单上签字确认。
- 3.4 经营过程中广告灯箱的具体分布位置及数量可能因运营需要会有所变动。如有数量变动，依据本合同4.3.1约定调整广告发布代理经营保底费用。

第四章 费用计收

- 4.1 广告媒体经营权费计算标准
- 4.1.1 广告发布代理经营权费由年保底费用和年分成收入组成（两者取其高值收取），按自然年度计算、收取。
- 4.1.2 每个自然年度的4月30日前，由甲方选择国资委库中的一家审计机构对乙方的上一年度经营收入进行第三方审计，以此确定上一年度的经营收入并计算年分成收入，乙方须按审计结果根据费用计收条款的约定向甲方支付广告发布代理经营权费。
- 4.1.3 年分成收入=当年广告代理经营收入*分成比例（50%）。
- 如果年分成收入大于等于年保底费用，则按分成收入结算上一年度广告发布代理经营权费。如果年分成收入小于年保底费用，则按年保底费用结算上一年度广告发布代理经营权费。
- 4.1.4 经营权保底费单价明细见下表：

实际经营年度	经营权保底费（万元/年）								小计（万元/年）	经营权保底费年递增率
	3 号线		10 号线		S1		S8			
	车站	列车	车站	列车	车站	列车	车站	列车		
第 1 年										-
第 2 年										-
第 3 年										5%
第 4 年										-
第 5 年										5%

4.1.5 如每条线路的实际经营期限超出 5 年或不足 5 年，则根据 4.1.1 条约定的经营权费计收标准按实际经营天数计收。

4.1.6 每条线路经营权保底费用从第三实际经营年度开始递增 5%，每两年递增一次，每次在上年基础上递增 5%。

4.2 广告发布代理经营权费收取时间及金额

4.2.1 平面广告代理经营权保底费用根据“先付后用”原则，按半年付。

4.2.2 乙方须在 2018 年 XX 月 XX 日（成交确认书）或《网络报价成交确认单》生效之日后 20 日内）前确认支付合同第一期保底费用 XXXX 万元（金额为成交价格 50%）。

4.2.3 乙方须在每期保底费用届满日 30 日前，预付下期保底费用。若乙方须根据审计报告支付分成费用，须在甲方正式送达审计报告后 30 日内缴纳。

4.3 广告发布代理经营权保底费用调整：除 4.3.1 条的因素外，广告发布代理经营权费用（包括广告发布代理经营权保底费用和广告发布代理经营权分成费用）不因列车上线数量、列车大小交路、客流量变化、公益广告发布、出入口未开通及按管理规定未满足发布要求的广告等因素进行调整。

4.3.1 灯箱数量变化

如单一线路中灯箱数量与合同附件 1《常规媒体交付种类及数量》相比变动在±5%（含）以内的，广告发布代理经营权保底费用不做调整；变动在±5%以外的，广告发布代理经营权保底费用按照评估报告中单项价格比例同比例调

整。

- 4.4 因本合同 2.2 条增加合同媒体范围，合同广告发布代理经营权保底费用做相应调整。
- 4.5 经营本合同所有广告媒体的费用（包括但不限于供电、供电损耗、通讯、维护、保养和更新等实际发生费用）由乙方承担。

第五章 履约保证金

- 5.1 本合同签订后 30 日内，乙方须向甲方提交履约保证金或履约保函（见索即付保函），金额为首年成交代理经营权保底费用的 50%（以百万元为单位向上取整）。如乙方开具履约保函，履约保函有效期不少于 3 年，每期保函届满日 30 日前提交下一期有效履约保函至甲方，金额不变，有效期不少于 3 年。乙方未支付或未按约定足额支付地铁方履约保函满 10 日的，甲方有权扣减履约保函全部金额，转为下一期履约保证金。

出具履约保函的银行必须是国有商业银行或股份制商业银行，且该银行在南京本地有支行或分行，履约保函的真实性需经甲方认可的公证处公证，公证费由乙方承担。

- 5.2 在市公共资源交易中心将乙方缴纳的交易保证金划转至甲方指定账户后，转抵履约保证金和首期代理经营权保底费用（差额部分乙方另行补齐）。若乙方提供见索即付履约保函的，在甲方确认后，将交易保证金扣除首期代理经营权保底费用后的剩余部分无息退还乙方，若交易保证金不足以支付首期代理经营权保底费用的，乙方须在本合同签订后 30 日内予以补齐。

第六章 甲方权利及义务

- 6.1 甲方及时向乙方提供本合同约定的平面广告媒体，使乙方能够顺利开展商业运营。
- 6.2 甲方按照本合同规定的数额、时间向乙方收取广告发布代理经营权费、电费等费用。甲方在收到乙方支付的以上合同费用后，提供同等金额的增值税专用发票等票据。

- 6.3 甲方对乙方的经营有监督权，使其符合广告、交通、建设、消防、安全、环保等法律法规的要求；发现不符合的，甲方有权要求乙方在甲方规定的期限内改正，使之符合相关规定。乙方逾期不改正的，甲方有权采取相应措施且无需征得乙方同意。
- 6.4 合同期满后，甲方有权收回甲方所有设施设备以及合同经营线路的平面广告发布代理经营权。如甲方继续转让广告发布代理经营权交由他方经营的，乙方在同等条件下拥有优先权。
- 6.5 乙方在经营期间经甲方同意在甲方场地、设施设备上自行添加的财产，合同终止后所有权归甲方所有，乙方须确保上述设施设备在移交时处于良好状态。乙方在经营期间经甲方同意在甲方场地、设施设备上更换、更新或者改造升级的财产在办理相应手续后，新增财产的产权归甲方，原有财产的产权和处分权归乙方。
- 6.6 因平面广告经营与维护需要，甲方应为乙方提供经营和维护的便利条件，在满足运营管理规定并确保现场管理安全的前提下，准许乙方限定人员进入南京地铁运营区间范围，进行平面广告日常运营和维护等工作。
- 6.7 合同经营期内，因地铁运营需求，地铁运营公司需在车站墙面、柱面设置导向标识等运营信息画面时，在满足“运营优先”的前提下，甲方协助乙方与地铁运营公司就画面张贴位置进行协商，尽量满足乙方非常规媒体广告经营。
- 6.8 合同经营期内，甲方如开发自助商用机器资源，在设置自助商用机器时，在遵循“先占使用”的前提下，尽量满足乙方非常规媒体广告经营。
- 6.9 甲方有权在本合同签订前对乙方开展尽职调查。

第七章 乙方权利及义务

- 7.1 乙方享有本合同第二章约定的南京地铁合同经营线路平面广告媒体独家代理经营的权利。
- 7.2 乙方须按本合同约定的时间和金额，向甲方支付平面广告的广告发布代理经营权费，并须按时向甲方提交符合要求的履约保证金。
- 7.3 乙方须根据 4.1.2 条约定配合甲方进行审计工作，并按审计结果根据 4.1.3 条

向甲方支付广告发布代理经营权费。

- 7.4 乙方在经营中应严格遵守法律、法规等规范性文件的规定，不得经营法律禁止的和低俗的广告；如有违法，乙方将承担全部经济、法律、行政责任，甲方不承担任何连带责任。如依生效的司法、仲裁及行政裁判追究甲方责任的，乙方应当向甲方赔偿。乙方应按时缴纳税金、工商管理费、治安费等各类费用。
- 7.5 乙方应于《成交确认书》或《网络报价成交确认单》生效之日后 30 日内对甲方所提供的广告媒体进行现状交接。在合同执行期间乙方须保持足够的备用公益广告画面，保证所有常规媒体广告位无内容空置（俗称开天窗）现象。
- 7.6 在经营期内，乙方可采取广告发布代理形式经营本合同项下平面广告媒体，但乙方不得以广告发布代理的名义实质性的转让广告发布代理经营权。除非本合同另有约定或预先取得甲方书面批准，乙方不得再将广告发布代理经营权授予第三方或无故终止广告发布代理经营权，且不得为广告发布代理经营权的实施制造妨碍，也不得将广告发布代理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方。
- 7.7 若乙方将其在本合同项下的任一部分义务委托给第三方履行，则该委托行为任何时候均不能视为广告发布代理经营权的转让和变更，也不能解除乙方在本合同项下的任何责任、权利和义务，乙方仍将对第三方的行为、疏忽、违约和过失负完全责任。
- 7.8 乙方经营本合同项下的广告媒体时，应本着地铁安全、地铁运营秩序、地铁形象优先的原则，参照合同附件 2《南京地铁平面广告媒体发布要求细则》为原则合理有序开发。如遇地铁乘客等第三方提出的投诉、纠纷及合理化建议，须在甲方规定时间内做出积极回应，及时提出方案并解决。
- 7.9 乙方须遵守甲方对地铁运营、站内空间的管理规定，服从甲方现场管理。
- 7.10 乙方广告发布前，乙方应至工商管理部门办理广告画面报批等审批手续。甲方原则上不审核画面内容，只审核新增非常规媒体的位置、形式，以及特殊非常规媒体（如：异形包柱、新媒体形式等非常规媒体）。对于上述新增非常规媒体、特殊非常规媒体，乙方须在广告发布前送交甲方审批，审批有效期为 1 个

月，即甲方审批后 1 个月内乙方未使用，上述审批单作废，1 个月后乙方如需使用，需重新办理审批手续，甲方享有否决权。甲方的审批不减轻、不免除乙方应当承担的合同义务及法律责任，且乙方不得以甲方审批不通过为由要求减免资源费。

- 7.11 甲方或第三方如认为画面粗劣、低俗、有损地铁形象、维护不到位等情形，有权要求乙方立即无条件撤除。甲方要求撤除的行为不减轻、不免除乙方应当承担的合同义务及法律责任，且乙方不得以甲方撤除广告画面为由要求减免资源费。
- 7.12 乙方可对其在本合同项下所代理的广告媒体进行优化改造，但乙方在改造前须经甲方的审批和同意后才能实施，因优化媒体而发生的相关费用由乙方承担。优化改造后的媒体不得与南京地铁其它资源经营产生冲突。
- 7.13 合同期内，如因地铁整体需要进行基建维修、布局调整等，乙方应服从甲方的安排。如因地铁建设或运营需要调整平面广告灯箱位置或数量，甲方应提前书面通知乙方，乙方要无条件接受。减少的灯箱量对应广告经营权保底费按 4.3.1 进行调整。
- 7.14 乙方需按照政府发布的广告管理规章制度中公益广告的条款进行公益广告的置和发布。发布公益广告和甲方地铁信息应尽量不影响乙方在刊广告的发布。乙方应按照国家及政府的相关规定中明确要求的比例下限发布公益广告，使之符合政策要求，超出部分视为乙方对自身商业利益的放弃。乙方需预留不超过当年实际可发布广告面积的 5% 的广告位置，用于发布地铁信息。
- 7.15 因乙方使用不当或不合理使用，导致甲方的设施设备出现损坏，乙方应及时维修或赔偿。乙方拒不维修或赔偿，由甲方代为维修，维修费用由乙方承担，乙方拒不承担的，甲方可以从乙方的履约保证金中扣除相应费用（或全额兑付履约保函）。
- 7.16 合同期内，广告设施设备的维护、保养、清洁和更新工作由乙方负责。乙方每年须定期开展广告设施设备的安全维护管理工作，每 2 年对轨行区广告灯箱至少进行一次安全检测，同时将安全检测报告及时报备甲方。

- 7.17 合同期内，乙方须确保广告媒体美观、清晰、整洁，照明灯具正常开启、点亮，常规媒体无画面内容空置、无画面内容陈旧破损、无地铁运营时间内灯箱照明灯具非正常关闭现象，非常规媒体广告位空置时整洁、无残胶、无画面内容陈旧破损、无墙面破损等现象。
- 7.18 乙方在平面广告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，建立完善安全责任制度，保障地铁运营安全和平面广告经营安全，并承担平面广告经营过程中产生的所有安全责任事故后果。
- 7.19 乙方负责向中国国内一家信誉优良的保险公司为其经营行为购买公众责任险，并应当为平面广告设施设备购买财产一切险，并承担保险费用。
- 7.20 本合同期限届满之日或本合同因 9.8、9.9、9.11 条而终止后 30 日内，乙方须将本合同涉及的所有广告媒体及设施设备交还甲方，并使上述广告媒体及设施设备满足正常使用的状态且通过甲方的验收，乙方还须将所有商业广告画面撤下并更换为公益广告画面。乙方未按规定时间和要求交还或者撤换画面的，甲方有权自行处置。如甲方对广告媒体画面更换或者设施设备维修、更换等使之符合前述约定交还条件的，则因此而发生的费用支出均应由乙方承担。乙方向甲方交还广告媒体及设施设备时，须不存在任何留置权、债权、抵押、担保物权或任何形式的其它请求权，须完全负责与履行广告发布代理经营权有关的所有债务，包括与广告客户之间的纠纷矛盾和债务。

第八章 经营收入监管和经营数据上报

- 8.1 乙方须及时制定年度经营计划，并提前一个月提交甲方备案，并听取甲方意见。年度经营计划内容包括但不限于营销方案、刊例价和折扣政策等。
- 8.2 乙方须于每季度开始后 30 日上报上一个季度的广告销售情况报告，每年 1 月底前上报上一年度经营报告。甲方有权对乙方销售工作进行了解，但不得干扰乙方正常的经营活动。
- 8.3 乙方须指定本项目的主要负责人，如在经营期内发生变更，须提前 30 日向甲方报备。
- 8.4 乙方未能按照上述要求提交相关计划或报告，每延期一天，乙方需承担 2000 元

/天的违约金,甲方有权在履约保证金(履约保函)中直接予以扣除上述违约金。

第九章 违约处理

- 9.1 甲乙双方应全面地履行本合同,不履行或不完全履行的,视为违约,应承担相应的违约责任,本合同未规定的,按照《中华人民共和国合同法》有关条款处理。
- 9.2 合同期内,如因不可抗力事件因素造成双方无法继续履行合同,双方均不承担违约责任。因不可抗力而终止合同的,广告发布代理经营权费按照实际使用时间计算,不足整月的按天数计算,多退少补。甲方将退还乙方的全部履约保证金(履约保函),有需扣除的部分除外。
- 9.3 合同期内,如因地铁整体需要进行基建维修、地铁车站布局调整、不可抗力因素造成甲方无法继续履行合同,甲方不承担违约责任。
- 9.4 在合同履行期内,因任何一方重大违约,经催告后违约方仍不纠正违约行为的,另一方有权解除合同。
- 9.5 乙方在经营过程中,由于乙方行为产生的任何经济、法律、行政后果,甲方不负任何责任。因乙方行为给甲方造成经济损失的,乙方必须在损失事实发生后30日内给予甲方赔偿,但甲方应提供相应证据;乙方拒不赔偿的,甲方有权直接从乙方的履约保证金(履约保函)中扣除,履约保证金(履约保函)金额不足以赔偿的,甲方有权向乙方追偿。
- 9.6 乙方在合同期内如逾期支付广告发布代理经营权费、电费等费用,经催告仍不予支付的,甲方有权直接从其履约保证金中扣减相关费用(或全额兑付履约保函)、暂停乙方更换广告画面工作,并不承担因此造成的损失。应缴费用自应缴之日前起,每逾期一日,甲方按逾期未缴纳费用金额的0.3%向乙方收取延迟履行违约金。
- 9.7 乙方不得直接或间接利用本合同项下的广告发布代理经营权从事损害甲方利益的不正当交易,包括但不限于调低合同对价的交易、采取真假合同欺骗甲方的交易和以合法形式掩盖非法目的的交易等。一经甲方发现,乙方除须向甲方补足差价外,还须向甲方支付相当于该广告经营合同金额的3倍数额作为违约金

并按甲方的要求进行整改。如乙方未按甲方要求整改或者拒绝整改，视为乙方根本性违约，甲方有权单方无条件解除本合同。

9.8 有下列情形之一的，甲方有权终止合同，不退还乙方的履约保证金或全额扣除履约保函、已预付且已发生的广告发布代理经营权费，已预付但未发生的广告发布代理经营权费将予以无息退还，并有权就因乙方所造成的损失向乙方索赔：

9.8.1 乙方因违反国家有关政策、法规，而被国家行政机关责令停业。

9.8.2 乙方未经甲方书面同意，擅自对甲方所提供的经营设施设备进行改造。

9.8.3 乙方未提交或未按约定足额向甲方提交履约保证金（履约保函）满 10 日的。

9.8.4 乙方未支付或未按约定足额向甲方支付首期广告发布代理经营权保底费用满 10 日的。

9.8.5 乙方未支付或未按约定足额向甲方支付广告发布代理经营权费、电费、延迟履行违约金等费用满 30 日的。

9.8.6 乙方违反甲方相关管理制度并造成甲方严重损失的，并且乙方履约保证金（履约保函）金额和预付的广告发布代理经营权费不足弥补甲方经济损失的。

9.8.7 违反 9.7 条约定，且未按甲方要求整改或者拒绝整改的。

9.8.8 如因乙方原因致使审计工作无法进行，或乙方未能按照 4.2.3 条约定足额、按时支付相关费用的。

9.8.9 合同签订前甲方有权对乙方进行尽职调查，乙方应当予以配合。尽职调查内容包括但不限于乙方公司基本情况、财务资信情况、法律风险等。若发现乙方存在与招商报名文件不符的情形，甲方有权解除合同关系。

9.8.10 乙方未能按照合同 5.1 要求足额支付履约保证金的，甲方有权单方终止合同，同时乙方还需按照成交价格首年经营权保底费的 10% 支付违约金。

9.9 甲方根据 9.8 条款单方解除合同的，应当以书面形式通知乙方并在通知日起满 30 日时收回广告发布代理经营权，并有权就未获清偿的部分向乙方索赔。乙方应在通知日起 30 日内撤除广告，停止经营，并向甲方交接相关设施设备，否则占用期间按照双倍广告发布代理经营权费计收。

9.10 乙方单方解除合同的，应当以书面形式通知甲方，甲方于收到通知起即可收回

广告发布代理经营权。乙方已支付的履约保证金（履约保函）、已发生的广告发布代理经营权费不予退还，已支付但未发生的广告发布代理经营权费将予以无息退还，甲方有权就未获清偿的部分向乙方案赔。

9.11 合同执行中如出现因经济情况重大变化等原因导致合同执行困难的，在乙方没有 9.8 条违约的情形下，双方可友好协商一致后终止合同。

第十章 争议解决

10.1 本合同履行过程中产生的纠纷，双方应友好协商解决，协商不成的，任何一方均可向南京市仲裁委员会申请仲裁。

第十一章 其它

11.1 本合同的订立、效力、解释和争议等均由中华人民共和国法律管辖。

11.2 合同未尽事宜由双方根据国家有关法律、法规的规定，共同协商订立补充协议，补充协议应符合《中华人民共和国合同法》及其他有关法律、法规和规定，与本合同具有同等的法律效力。

11.3 本合同与下列文件一起构成合同文件，下列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。

11.3.1 《成交确认书》或《网络报价成交确认单》；

11.3.2 本合同补充合同（如有）；

11.3.3 招商文件及澄清补充文件及其他补充资料；

11.3.4 合同签订前受让方澄清补充文件及其他补充资料；

11.3.5 其他合同文件。

11.4 本合同自甲方、乙方签字并加盖各自公司印章后生效。

11.5 本合同正本一式拾份，甲方执陆份，乙方执肆份，具有同等法律效力。

11.6 本合同的签订地于中华人民共和国江苏省南京市玄武区。

附件：1、媒体交付种类及数量

2、南京地铁平面广告媒体发布要求细则

（本合同正文到此结束）

甲方：南京地铁资源开发有限责任公司
法人代表或委托人（签章）：

乙方：
法人代表或委托人（签章）：

经办人：

经办人：

签订日期： 年 月 日
地址：南京市雨花台区锦绣街1号
电话：025-88055573
开户银行：南京银行广州路支行
银行账号：01710120030000255
税务登记号：91320100057978149P

签订日期： 年 月 日
地址：
电话：
开户银行：
银行账号：
税务登记号：

附件 1：常规媒体交付种类及数量

车站常规媒体交付种类及数量

线路	站名	站厅灯箱数	站台灯箱数	梯眉灯箱数
三号线	林场	0	0	0
	星火路	14	56	0
	东大成贤学院	15	54	0
	泰冯路	10	56	3
	天润城	18	56	0
	柳洲东路	5	39	0
	上元门	0	27	0
	五塘广场	11	58	2
	小市	10	53	1
	南京站	18	76	4
	新庄	31	43	0
	鸡鸣寺	16	54	2
	浮桥	11	53	2
	大行宫	18	49	3
	常府街	14	54	0
	夫子庙	32	56	3
	武定门	18	54	0
	雨花门	13	55	1
	卡子门	10	50	2
	大明路	17	52	0
	明发广场	18	51	1
	南京南站	0	0	0
	宏运大道	14	54	0
	胜太西路	15	54	2
	天元西路	17	53	3
	九龙湖	13	53	0
	诚信大道	14	50	4
	东大九龙湖校区	14	54	0
秣周东路	0	27	0	
小计		386	1391	33

10 号线	安德门	17	50	0
	梦都大街	23	38	0
	绿博园	7	52	0
	江心洲	9	42	0
	临江路	8	38	0
	浦口万汇城	13	52	0
	南京工业大学	6	38	0
	龙华路	9	38	0
	文德路	9	36	0
	雨山路	15	38	0
小计		116	422	0
S1 号线	南京南站	7	55	2
	翠屏山	16	48	2
	佛城西路	14	52	0
	吉印大道	23	48	2
	正方中路	0	0	0
	翔宇路北	0	0	0
	翔宇路南	0	0	0
	禄口机场	2	38	2
小计		62	241	8
S8 号线	泰山新村	14	24	2
	泰冯路	12	26	2
	高新开发区	0	0	2
	信息工程大学	0	0	0
	卸甲甸	0	0	0
	大厂	0	0	0
	葛塘	0	0	0
	长芦	0	0	2
	化工园	0	0	2
	六合开发区	0	0	0
	龙池湖	9	30	0
	雄州	11	28	2
	凤凰山公园	11	22	0
	方州广场	11	20	2

	沈桥	0	0	0
	八百桥	0	0	0
	金牛湖	0	0	4
小计		68	150	18

列车入库数量

线路	列车数量（列）
三号线	46
十号线一期	21
宁高线一期	15
宁天线一期	26

附件 2：南京地铁平面广告媒体发布要求细则

第一章 媒体发布通用原则

1.1 发布形式：地铁车站、列车各类广告媒体的发布需考虑媒体发布对车站客流组织、车站外观形象的影响；

1.2 发布内容：地铁范围内广告发布内容须符合相关法律法规。

1.3 发布材质：地铁范围内广告发布必须符合消防要求，利用列车、墙面、柱子等设备进行张贴类广告发布，必须保证材料可靠，不遗留残胶，不易脱落，不易卷边以及不会损伤原有的设备表面；

1.4 发布位置：广告媒体只能在通过南京地铁审核的位置上发布，发布位置应符合以下原则：

1.4.1 张贴类媒体发布不能遮挡、移动、改变站名、运营安全指示、导向指示及涉及通风、检修、电源、监视器、消防、报警等所有检修的设备设施，如需要在上述设备设施的附近区域发布，应在其上下左右各预留 100mm 的空白墙面，并不能以包围安全指引形式发布；

1.4.2 广告媒体发布不得有碍客流疏导，不得损坏列车及车站的设备设施；车控室、监测系统的观察视线不能被阻断或影响；

1.5 南京地铁资源公司负责落实执行本规则，审核经营单位有关广告发布行为，并根据运营公司意见督促经营单位进行整改；

第二章 媒体发布内容要求

2.1 广告不得含有法律、行政法规约定禁止或可能对社会造成负面影响的内容，上画后引发负面影响的，须立即下画。

2.2 画面不得含有对乘客带来不良影响或易误导乘客的内容，上画后引发负面影响的，须立即下画。

2.3 不得发布贬低、映射业主，对地铁形象有负面影响或与业主运营有竞争内容的广告，例如：何必挤地铁等，上画后引发负面影响的，须立即下画。

2.4 画面设计必须美观大方，不得影响地铁车站环境，区域集中发布的画面中（例如：三连装以上的灯箱发布、单边轨行区大灯箱、站厅品牌墙、主题站、主题通道等）不得采用大面积黑色或红色，黑色或红色在整体画面应用中不得超过 60%的面积。

2.5 包柱、玻璃贴等所发布的商业画面，主体文字面积不得超过画面总面积的 30%。

2.6 原则上不允许连续发布五幅以上相同商业画面（滚动 12 封灯箱除外）；同一款商业画面内容的墙贴，不得在连续墙面（无灯箱间隔）重复发布。

2.7 画面避免突出显示患病部位细节；突出显示人体胸部、臀部、足部的，如可能引起乘客反感，则不允许发布。

2.8 包柱、玻璃贴、墙贴等商业画面主体颜色需与站内环境相协调，应引导客户设计广告画面时，广告画面 60%的主体颜色采用车站立柱、墙面颜色的同类色或邻近色（站点立柱及墙面颜色为白色、大理石色的除外）；商业画面主要颜色之间不得采用互补色。

2.9 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。

2.10 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。

2.11 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。

2.12 广告应当具有可识性，能够使消费者辨明其为广告。

2.13 不得以新闻报道形式发布广告。

2.14 不得发布侵犯他人肖像权或侵犯他人其他合法权益的广告。

2.15 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。

2.16 不得发布违反国家广告法规规定的其它内容。

2.17 画面文字须符合政府相关规定的要求，使用规范词语，不得使用庸俗、易引起歧义或争议、带不良映射含义、非正面导向、网络热炒且易引发不良影响的词语。

2.18 画面凡涉及地铁车站信息的，应在《平面广告审批单》列明以下信息内容：线路、站名、出口是否正确，距离地铁站路程（米）。

2.19 画面涉及开通地铁车站信息的，原则上只显示车站站名，如需显示出口的，为确保信息的准确性，南京地铁的审批时间需延长 2 个工作日。

2.20 画面涉及未开通地铁车站信息的，原则上只显示政府已正式规划并批复的线路、车站站名，且在画面上标注“规划中未开通”，字体大小须与线路、车站站名一致。同时需加上与“本广告涉及的所有公共交通信

息内容仅作参考，如有变动，请以政府公示的信息为准”意思相近的说明。

2.21 统一首选使用都市圈地图作为量度距离的工具，其次选用百度地图；测量标准为由地铁站到该建筑物最靠近地铁站的距离。

2.22 画面内容涉及换乘站的，原则上不显示线路，如需显示线路，则需列明该换乘站涉及的所有线路。