

2025 年团省委新媒体平台运营维护 项目委托合同

采购方：共青团陕西省委员会

供应方：中青网新媒体科技（北京）有限公司

日 期：2025 年 7 月 14 日

2025 年团省委新媒体平台运营维护

项目委托合同

甲 方：共青团陕西省委员会

联系地址：西安市红缨路 158 号

联 系 人：张汶浩

联系电话：13488356010

电子邮箱：xcb88418209@126.com

乙 方：中青网新媒体科技（北京）有限公司

联系地址：北京市东直门海运仓 2 号中青记者之家饭店 508

联 系 人：李春阳

联系电话：010—64098943

电子邮箱：2538046153@qq.com

甲乙双方本着平等互利、优势互补的原则，实现资源共享、共同发展，并为以后在其他项目上的合作建立一个坚实的基础，经友好协商达成以下共识：

一、合作宗旨

1. 双方在合作中建立的互信与默契是合作伙伴关系的基础，提高效率与共同发展是双方合作的目标和根本利益。
2. 本协议的基本原则是自愿双赢、互惠互利、相互促进、共同发展、保守秘密、保护双方利益。
3. 充分发挥双方优势，优势互补，提高竞争力，共同发展。

二、合作形式和内容

1. 乙方全面承接甲方所属陕西青少年新媒体事业发展中心（以下简称新媒体中心）各项工作，负责甲方官方网站、微博、微信、视频号、抖音、小红书、B 站等运维、文化产品生产、活动具体策划执行等工作。

2. 甲方负责新媒体中心的总体统筹、重大主题策划、运维考核、监管。

3. 甲乙双方建立如下沟通协调机制。

(1) 甲乙双方共同遴选外聘新媒体中心运维主管，确保做好甲方所有宣传事务的对接协调工作，外聘新媒体中心运维主管薪酬由乙方负责。

(2) 甲方选派专人入驻新媒体中心，对新媒体中心的运维具有知情权、监督权，并指导参与相关选题、活动的策划实施。

(3) 甲乙双方共同召开月度例会，加强甲方各部门的信息沟通协调，乙方应根据甲方需求，开展相关活动策划、生产内容等工作。

(4) 建立新媒体中心周例会制度。每周一由新媒体中心运维主管负责召集相关工作人员举行周例会，研究明确本周工作内容，策划重大议题、重要活动方案，明确职责分工和进度安排。

(5) 乙方策划相关的重大活动、重点项目方案需提前一周向甲方作书面报备，经审核通过后方可执行。

(6) 建立新媒体中心值班制度，制定应急预案，及时有效应对突发舆情、重大新闻、重点活动。

(7) 新媒体中心的所有日常信息发布应建立三审三校机制，乙方须严格把握政治方向、舆论导向、价值取向。甲方对重大信息具有终审权。

(8) 乙方安排专人负责全省各市区、高校、企业、省直机关每月网宣动态数据的收集及分析供甲方参阅。

(9) 乙方在当前陕西团属网宣队伍的基础上，安排专人挖掘更多优质的网宣成员，组成网宣核心队伍。建立考评激励机制，激发网宣队伍的活力。通过联通陕西省青年新媒体协会、互联网行业组织进一步壮大网宣队伍，并做好与网络大V等的日常互动交流。

4. 合作期限：2025 年度。

三、合同金额及付款方式

1. 委托合同整年度服务费总金额：共计人民币伍拾肆万玖仟玖佰元整（RMB¥549800.00 元），

2. 支付时间：甲方应在收到乙方开具的发票后 30 个工作日内，

向乙方支付合同价款的 50%即贰拾柒万肆仟玖佰元整（RMB¥274900.00 元）；剩余款项，待合同履行完毕，根据合同执行情况，经甲方对乙方服务进行基础考核（详见附件基础考核表），考核得分达到 95 分以上的，甲方向乙方支付合同价款的 50%即贰拾柒万肆仟玖佰元整（RMB¥274900.00 元）；关于合同考核费用，加分项得分达到 10 分以上 20 分以下（包括 10 分，不包括 20 分）奖励 1 万元，达到 20 分以上（包括 20 分）奖励 2 万元，甲方根据年度考核结果，向乙方支付相应费用，付款时间为考核结束后两周内。

每次付款，乙方在付款前 5 个工作日内需提供相应金额增值税发票，发票项目：技术服务费；甲方收到发票后，凭票付款。

3. 付款方式：汇款或支票转帐。

4. 乙方帐户信息：

银行账户名称：中青网新媒体科技（北京）有限公司

开户银行全称：中国民生银行股份有限公司北京丽都支行

银行账号：0107014170021710

四、双方权利义务

1. 对于甲方年度重点宣传项目，乙方给予重点保障支持。合同规定外宣传项目，如需乙方提供摄影、摄像、制作产生费用，甲乙双方可另行商议。

2. 合同期限内，乙方有义务完成与甲方商定的考核指标；根据乙方如约完成情况，甲方应根据相关奖惩办法对乙方进行奖励或惩处（具体指标及奖励办法详见附件）。

3. 乙方在新媒体中心运维过程中发布的所有信息必须真实合法，不得弄虚作假，不得有欺骗或误导性内容，不得违反中华人民共和国的各项法律、法规、规章、规范性文件以及公共道德准则，不得侵害任何第三方的合法权益，不得损害甲方的权威形象。否则乙方应承担因此造成的赔偿责任，因此给甲方造成损失的，甲方有权依法追究乙方责任。

4. 合作期内，乙方应建立新媒体中心相关人员分工考核、平台运维、工作运行机制，并以书面形式报甲方审定。甲方有权对乙方运营状况进行监督纠察，并作出改正建议，乙方应按要求进行改进。

5. 乙方需如实提供名称、地址、营业执照副本复印件、法人身份证复印件以及相关的授权文件交甲方存查。

6. 甲方负责对新媒体中心所属固定资产按国有财产进行核查登记，乙方负责日常使用和维护，合同期限届满，乙方应将相关资产返还甲方。

7. 合作期内，甲方可根据相关业务职能调整，对相关业务考核条款进行更改。

五、违约责任

1. 甲乙双方任何一方违反本合同项下的任何规定，均应当承担违约责任；给对方造成损失的，应进行相应赔偿。

2. 甲方未按合同约定时间按期足额向乙方支付款项的，应向乙方支付合同全额万分之三的违约金。

3. 乙方未按照合同约定履行相关的义务，甲方有权停止支付服务费，乙方因违约行为给甲方造成损失的，甲方有权要求乙方承担赔偿责任。同时应当向甲方承担合同金额万分之三的违约金。

4. 对于因不可抗力引起的失约或延误，双方互不承担违约赔偿责任。“不可抗力”是指本合同双方不能合理控制、不可预见或即使预见亦无法避免的事件，该事件妨碍、影响或延误任何一方根据本合同履行其全部或部分义务。该事件包括但不限于政府行为、地震、台风、洪水、火灾或其它天灾、战争、黑客攻击、计算机病毒、网络故障或任何其它类似事件。

六、不可抗力

1. 由于不可抗力（甲乙双方不能预见或避免的情形，包括但不限于电信故障、国际互联网故障、网站遭到黑客入侵和政策因素等）引起的失约或延误，双方不互相承担赔偿责任。

2. “不可抗力”是指协议双方不能合理控制、不可预见或即使预见亦无法避免的事件，该事件妨碍、影响或延误任何一方根据协议履行其全部或部分义务。该事件包括但不限于政府行为、自然灾害、战争或任何其它类似事件。

3. 出现不可抗力事件时，知情方应及时、充分地向对方以书面形式发通知，并告知该类事件对本协议可能产生的影响，在合理期限内

提供相关证明。

七、合同终止

发生如下情形本协议即告终止：

1. 守约方可在违约方的违约行为发生后向其通过传真方式发送通知指令其改正，违约方在通知发出之日起 7 日内未进行改正的，守约方有权解除本合同，合同解除自守约方通过传真或其他方式发送解除通知到达违约方时生效。

2. 除前款规定外，如有任何一方欲提前终止此合同，需提前三十天书面通知对方，双方协商一致后，本合同终止；若对方不响应通知，则自通知送达之日起三十日届满时，本合同终止。

3. 本合同的提前终止不影响双方于本合同提前终止日之前已产生的权利和义务。

4. 合同期限届满，双方义务履行完毕。

5. 双方合作无论基于何种原因终止，乙方均应当在双方合作终止后 10 日内向甲方移交全套的新媒体中心资料。并将相关的账号、密码等向甲方移交。

八、知识产权

1. 甲方保证对其提供的信息享有知识产权或相关的足以履行本合同的授权，并有权许可乙方使用或修改该信息。甲方在向乙方提供信息时即视为许可乙方为履行本合同目的使用该信息以及修改该信息。甲方不得就乙方为履行本合同目的使用甲方信息以及修改该信息主张任何权利。

2. 乙方发布的任何信息，不得侵犯第三方知识产权。

3. 本条知识产权包括商标权、著作权、专利权及其申请权。

九、保密协议

1. 双方应严格遵守相关保密法律法规，对在履行本合同中接触到的双方保密信息、技术应严守秘密，非经对方同意和履行之需不得向第三方泄漏。但依据法律法规以及根据司法机关的要求而进行的披露除外。

2. 双方应保证本方雇员履行前款义务。

3. 本条义务不因本协议的解除、终止、撤消而消灭。

十、争议解决

1. 本合同未尽事宜，由甲乙双方协商解决，并签订本合同的补充协议，经双方签字盖章后生效，并与本合同具有同等的法律效力。

2. 本合同执行中，如果发生争议，由甲乙双方协商解决，协商不成，均可向甲方所在地的人民法院提起诉讼。

十一、合同效力

1. 本合同一式陆份，甲方执肆份，乙方执贰份，每份具有相同的法律效力。

2. 本合同经双方代表签字盖章后即生效。

3. 如本合同的个别条款与现有法律、法规相抵触，双方可修改此条款，但不影响本合同其他条款的效力。

4. 本合同无论基于何种原因终止，均不影响甲乙双方依据本合同的有关条款追究对方应负的责任。

5. 合同附件《2025 年团省委新媒体平台运营维护项目采购要求》与本合同具有同等效力。

附件：《2025 年团省委新媒体平台运营维护项目采购要求》

——以下无正文——

(此页为签署页)

甲 方：共青团陕西省委员会

授权代表签字：张汉浩

日期：2025 年 7 月 14 日

乙 方：中青网新媒体科技（北京）有限公司

授权代表签字：李春阳

日期：2025 年 7 月 14 日

2025 年团省委新媒体平台运营维护

项目采购要求

一、项目概况

本项目为进一步压实青少年政治引领工作，促进陕西共青团媒体融合发展，不断拓宽陕西共青团的宣传辐射范围和影响力，增强对青少年的吸引力和感染力，打造陕西共青团新媒体矩阵。共青团陕西省委拟就 2025 年陕西青少年新媒体事业发展中心运维交于专业机构负责，运维截止时间为 2025 年 12 月 31 日。

二、各媒体平台定位及运维要求

立足于不同的职能定位，团省委所属的网站、微博、微信、抖音、视频号、B 站、小红书平台，紧紧围绕坚持服务党的中心工作、坚持服务青少年成长，在统领陕西全团事业发展、青少年思想引领、青少年成长成才等方面各有侧重。要求运维方结合各媒体平台的功能优势，以分众发展，突出特色为导向，助力各平台进一步凸显亮点，促进全省共青团在思想政治引领、服务青少年成长发展上取得实效，服务全省网信事业发展。

（一）各平台定位

1. **“陕西共青团”网站：**共青团陕西省委官方网站，是陕西共青团思想引领、政策发布、品牌服务展示的集合性平台，承担着信息公开、团务公开的重要职能。

2. **“三秦青年”微博平台：**团省委日常重要信息、重大活动即时传达的媒体平台。作为舆论主战场承担应对、舆论引导等重要职能。

3. **“三秦青年”微信公众号：**团省委重要工作信息、社会热点信息传达、重点活动直播及服务青年成长成才的重要平台。在团省委思想引导、凝聚青年、服务青年中，展现陕西共青团的态度、温度和高度。

4. **“三秦青年”抖音、视频号、B 站、小红书等平台：**主要宣传团省委重大活动、社会热点新闻、正能量网络产品等。根据平台定位侧重，有针对性的引导、团结、服务不同年龄段青少年群体。

5. 团省委网络信息监测信息服务系统:通过专业系统,实时掌握、监测全省青少年网络舆论动态,维护意识形态领域安全,为青少年思想引领工作提供及时信息和可靠数据。**网络信息监测**服务系统将由第三方专业平台提供技术服务支持。(服务期 12 个月,经与服务提供方商议后,达成一致。相关业务正常开展,待财政厅将相关项目经费拨付到账后开展项目采购工作)

(二) 平台运维要求

1. “陕西共青团”网站运维要求:

基础运维:团省委权威信息公开,团务公开、重点政策发布、重点工作报道。各级团组织工作动态、亮点。

汇聚各种服务窗口:根据团省委的工作需要,设置各种专题版块,并做好网站首页的内容更新,使得网站服务功能更完善。

设立业务系统入口:为团省委各部门分划专属二级页面版块,各部门根据实际情况进行动态更新和业务服务,使得团省委内部工作更精确、便捷。

整合热点内容:明确立场,树立正确舆论导向,提供贴近青年需求的一手资讯。报道先进人物事迹,帮助青少年树立正确的价值观。报道团省委开展的项目活动,服务青少年成长实际需求。报道各地市团委对五大工作体系的落实情况,展示陕西共青团整体风貌。

2. “三秦青年”微博平台运维要求:

结合团省委的重点工作、重大活动,做好信息传达、热点话题营造,充分利用平台优势,抢占舆论制高点,及时做好网络信息监测情况应对,树立正确舆论导向。

新闻资讯宣传:针对团省委相关新闻资讯进行内容发布;及时发布陕西各地市共青团的工作动态。利用直播、图文等形式及时播报重大活动。

网络信息监测情况处置:做好网络信息监测情况应急预案,配合团省委做好处置。

舆论引导:日常传播具有思想引领作用的正能量信息,在关键时刻利用网评力量,引导正确的舆论导向。

话题营造:在团省委的重大活动中,营造社会热点话题。

3. “三秦青年”微信公众号运维要求：

围绕团省委的中心工作，严格把握政治方向、舆论导向、价值取向，发布高质量信息，做好对青少年的思想引领工作，通过举办多种线上、线下活动不断提升陕西共青团在青年中的影响力。此外，立足于微信的服务性，围绕团省委重要工作需求，设置青年风采、青年回家、秦团战疫等入口菜单，实现专栏宣传、方便青年网上办事，加强团省委与青年的粘度。

基础运维：日常推送团省委工作中的新闻资讯、重点工作、项目展示。原创、首发与青少年成长、维权相关的深度稿件。围绕团省委重点工作，采编先进人物事迹，引导正确价值观导向。针对青年热点话题，拍摄相关视频，展现陕西共青团的态度。推送与青年相关的社会热点事件。

内容服务：服务周期内，针对重要节点进行原创内容营销。根据时事热点、网络话题等，结合团省委工作进行内容创作，增强趣味性 & 文章的可读性和传播性。

创意服务：根据团省委年度工作节点，设计创意海报。针对团省委线上、线下活动、重点工作等，设计展示类、邀请类 H5。针对团代会或其他团内重点工作策划相关投票互动活动，引流粉丝。针对青年创业、青年梦想策划线下活动，为青年提供发展平台。

4. 其它平台（抖音、小红书、视频号、B 站）运维要求：

基础运维：以走进青年、引导青年为宗旨，日常推送正能量音乐短视频、活动报道、热点新闻等。

线上活动：在团省委重大活动宣传中，创建相关话题，联动相关地市、高校等原创推送活动花絮，提高陕西共青团的影响力。

5. 团省委网络信息监测服务系统运维要求：

安排专人配合网络信息监测第三方公司对信息服务系统进行管理，及时反馈陕西团属媒体涉团、涉青舆论事件，做好应急预案，配合团省委做好处置。

（三）强化陕西共青团新媒体矩阵的联动发声机制

1. 联通网站、微博、微信、抖音、微视、小红书、视频号、B 站等平台，建立团省委新媒体矩阵，实现统一运维、统一管理、统一发声的格局。

2. 以团省委新媒体平台融合为基础，引领包括高校、企业等在内的全省各级团组织的新媒体宣传平台，共同打造团省委新媒体矩阵，实现共融互通、联动发声。

3. 使用好团省委的宣传矩阵，积极宣传推广陕西共青团形象，把陕西共青团的声音传播到全团、全网。

三、验收考核

新媒体中心运维服务项目基础考核表

项目	内容	标准	考核分数
微信：三秦青年 (31 分)	日常内容推送，其中平均每月更新与共青团及青年工作有关的内容占比不低于 40%	工作日每天不少于 3 次，双休及节假日每天不少于 2 次	15 分
	全年推送原创内容占比	不低于 12%	6 分
	针对团省委重大活动，设计展示类、邀请类 PPT、H5，或针对团内重点工作策划投票或抽奖互动活动	全年不少于 24 个	5 分
	在团中央全团微信排行榜中年平均排名	不低于 18 名	5 分
微博：三秦青年 (21 分)	日常内容推送，其中平均每天更新与共青团及青年工作有关的内容占比不低于 40%	工作日每天不少于 10 条，公休及节假日每天不少于 8 条	8 分
	平均每天更新各级团组织信息或互动	不少于 4 条	4 分
	在团属政务微博排行榜中平均排名	不低于 25 名	5 分

	建立与粉丝互动响应机制	互动留言回复率 80% 以上, 12 小时内响应	4 分
网站: 陕西共青团 (6 分)	日常更新团中央、团省委、基层组织等工作动态	每周不少于 10 条	4 分
	协助改善用户体验	及时报告关于内网、官网的重大 bug、卡顿、崩溃等情况	2 分
其他平台 (包括抖音、小红书、视频号、B 站等) (22 分)	日常内容推送, 其中平均每月更新与共青团及青年工作有关的内容占比不低于 30%	工作日每天不少于 2 次, 双休及节假日每天不少于 1 次	8 分
	抖音平台全年推送原创内容占比	全年不低于 12%	8 分
	设置、参与青年关心热点话题, 与青年形成有效互动	全年不少于 6 个	6 分
内容生产及活动策划 (15 分)	参与策划、报道团省委重大主题活动	全年不少于 8 次	4 分
	网宣队伍建设、维护、培训	队伍成员最少 30 名, 兼顾日常维护、培训	3 分
	短视频作品制作、编辑	全年不少于 12 个	4 分
	设计创意海报、长图、九宫格海报及其他文化产品	全年不少于 24 幅	4 分
网络信息监测情况管理 (5 分)	配合信息监测第三方公司实时监测陕西省团属宣传媒体, 配合做好应急处理方案	全年零通报、零批评得 5 分, 否则得 0 分。	5 分
注: 全年任务考核 100 分, 按照实际运营得分给予考核。总得分 90 分以上, 视为验收合格。			

注: 针对每个考核项, 达到要求得满分; 未达到要求, 则得分= 满分 * 完成度。