**西安秦岭保护公众号运营维护宣传项目**

**服 务 合 同**

**（示范文本）**

**本合同仅供参考，供应商和采购人也可根据项目特点自行拟定合同条款。**

**第一部分 协议书**

甲方（全称）：

乙方（全称）：

依照《中华人民共和国民法典》及其他有关法律、法规，遵循平等、自愿、公平和诚信的原则，双方就下述项目范围与相关服务事项协商一致，订立本合同。

**一、项目概况**

1.项目名称： 西安秦岭保护公众号运营维护宣传项目

2.项目地点： 陕西省西安市

3.项目内容： 西安秦岭保护公众号运营维护宣传项目

**二、组成本合同的文件**

1. 协议书；

2. 成交通知书、磋商响应文件、磋商文件、澄清、磋商补充文件（或委托书）；

3. 附录，即：附表内相关服务的范围和内容；

本合同签订后，双方依法签订的补充协议也是本合同文件的组成部分。

**三、合同价款**

.合同金额（大写）： （￥ ）。

**四、项目实施地点：**采购人指定地点

**五、服务内容：**

构建西安秦岭环境保护融媒体矩阵，通过宣传创新及创意活动，依托秦岭丰富的自然生态、文化资源，群众化、常态化、多样化、时尚化讲好秦岭故事，挖掘好秦岭文化，展示秦岭独特魅力。

**提升公众环保意识**

通过融媒体矩阵，广泛宣传秦岭的生态价值，增强公众对环境保护的认知和参与度。

**创新宣传方式**

利用新媒体技术，打造多样化的宣传形式，如短视频、直播、互动H5等，吸引更多受众关注秦岭生态保护。

**挖掘文化资源**

深入挖掘秦岭的历史文化、民俗传统，通过创意活动展示其独特魅力，增强文化认同感。

**推动常态化宣传**

建立长期宣传机制，确保环保宣传的持续性，形成常态化传播模式。

**促进群众参与**

设计互动性强的活动，鼓励公众参与环保行动，形成全民保护秦岭的氛围。

**打造时尚化传播**

结合时尚元素，吸引年轻群体关注，提升秦岭环保话题的传播效果。

**展示生态多样性**

通过多媒体手段，全面展示秦岭的动植物资源及生态系统，突出其生物多样性。

**构建融媒体矩阵**

整合传统媒体与新媒体资源，形成全方位、多层次的传播网络，扩大宣传覆盖面。

**推动可持续发展**

通过宣传和活动，倡导绿色发展理念，促进秦岭地区的生态与经济协调发展。

**提升品牌影响力**

将“秦岭环保”打造成具有全国影响力的品牌，吸引更多社会力量参与保护工作。

项目建设主要内容

**1. 融媒体平台建设**

平台搭建：整合微信公众号、视频号等新媒体平台，构建统一的融媒体矩阵。

内容分发：通过多渠道同步发布内容，扩大传播覆盖面。

数据分析：利用大数据技术，实时监测传播效果，优化内容策略。

**2. 内容创作与传播**

短视频制作：制作高质量的短视频，展示秦岭的自然风光、动植物资源和文化遗产。

图文报道：撰写深度文章，介绍秦岭的生态价值和保护措施。

H5互动页面：设计互动性强的H5页面，吸引用户参与环保知识问答、线上活动等。

**3. 创意活动策划**

环保主题活动：组织线上线下结合的环保主题活动，如植树节、清洁日等。

文化展览：举办秦岭文化展览，展示其历史、民俗和自然景观。

摄影比赛：发起秦岭风光摄影比赛，鼓励公众用镜头记录秦岭之美。

文创产品开发：设计并推出秦岭主题的文创产品，如明信片、纪念品等。

**4. 公众参与机制**

志愿者招募：招募环保志愿者，参与秦岭的生态保护和宣传活动。

社区互动：与当地社区合作，开展环保讲座、工作坊等活动。

学校合作：与学校合作，开展环保教育课程和实践活动。

**5. 技术支持与维护**

平台维护：定期更新和维护融媒体平台，确保其正常运行。

技术支持：提供技术支持，解决平台运行中的技术问题。

安全防护：加强平台的安全防护，防止数据泄露和网络攻击。

**6. 宣传推广**

媒体合作：与主流媒体合作，扩大宣传效果。

社交媒体推广：利用社交媒体进行广泛推广，吸引更多关注。

**7. 监测与评估**

效果监测：定期监测宣传效果，收集用户反馈。

数据分析：通过数据分析，评估各项活动的成效。

优化调整：根据评估结果，优化内容策略和活动方案。

**8. 可持续发展规划**

长期规划：制定长期发展规划，确保项目的可持续性。

资源整合：整合各方资源，形成合力，推动项目持续发展。

政策支持：争取政府政策支持，为项目提供保障。

项目实施绩效评价

**1.宣传效果评估**

传播覆盖面：评估融媒体矩阵的传播范围，包括各平台的粉丝增长、内容阅读量、视频播放量等。

用户互动：统计用户互动数据，如点赞、评论、分享、转发等，评估内容的吸引力和影响力。

媒体报道：统计主流媒体对项目的报道次数和覆盖面，评估项目的媒体影响力。

**2.公众参与度评估**

志愿者参与：统计志愿者招募人数及其参与活动的频率和贡献。

活动参与：评估线上线下活动的参与人数和参与度，如环保主题活动、文化展览、摄影比赛等。

社区反馈：收集社区居民的反馈意见，评估活动的实际效果和满意度。

**六、服务期限：**一年。

**七、付款方式：**

双方合同签订后，支付合同总金额的 60.00%，完成合同内容并验收通过后，支付合同总金额的 40.00%。

**八、甲方的权利和义务：**

（一）对乙方在授权范围内的活动可以提出合理的建议和意见，双方遇有问题可以随时研究协商；

（二）及时、真实、详尽地向乙方提供与委托事务有关的全部文件和资料；

（三）积极、主动地配合乙方为甲方利益所从事的各项工作，并根据实际需要为乙方提供便利条件；

**九、乙方的权利和义务：**

（一）乙方有权要求甲方按时提供与委托事务有关的文件和资料；

（二）乙方应勤勉尽责，按照本合同第四条的要求办理委托事务，维护甲方的合法利益；

（三）乙方应主动、及时地向甲方报告委托事务的办理情况，并接受甲方对委托事务办理情况的检查和监督；

（四）在甲方的委托权限范围内完成委托事务，未经甲方同意，乙方不得超越委托权限，否则，除非甲方对此越权行为予以追认，由此产生的法律后果由乙方承担，并应向甲方赔偿由此造成的损失；

（五）未经甲方同意，乙方不得将委托事务全部或者部分转委托给第三人处理；

（六）乙方应将办理委托事务所取得的财产按照要求转交给委托人。

（七）乙方应按照合同约定的交付内容按期交付，交付内容不局限于执行计划、原始数据、研究报告、排名等。

**十、违约责任：**

按《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国民法典》中的相关条款执行。

**十一、保密条款**

成交服务商应严格遵守采购单位有关保密规定，不得泄漏一切机密；在技术服务期间，成交服务商对接触到的有关采购单位商业活动、技术情报和技术资料等文件进行保密。

**十二、合同争议的解决**

因违反或终止合同而引起的对对方损失和损害的赔偿，双方应当协商解决，如未能达成一致，可提交主管部门协调，如仍未能达成一致时，向采购人所在地人民法院起诉。

**十三、不可抗力情况下的免责约定**

双方约定不可抗力情况指：双方不可预见、不可避免、不可克服的客观情况，但不包括双方的违约或疏忽。这些事件包括但不限于：战争、严重火灾、洪水、台风、地震等。

**十三、合同订立**

1.本合同一式 肆 份，具有同等法律效力，双方各执 贰 份。各方签字盖章后生效，合同执行完毕自动失效。（合同的服务承诺则长期有效）。

2.未尽事宜由双方在签订合同时具体明确或签订补充合同。

甲 方（公章） 乙 方（公章）

单位名称： 单位名称：

地 址： 地 址：

代 理 人： 代 理 人：

联系电话： 联系电话：

帐 号：

开户银行：

签订日期： 签订日期：