

2026 年“西安文旅”微信公众号、微
博、小红书账号精品内容创作与传播
提升项目
服 务 合 同

采购人（全称）：西安市旅游信息咨询中心（以下简称甲方）

供应商（全称）：西安报业传媒集团（西安日报社）（以下简称乙方）

根据《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：2026 年“西安文旅”微信公众号、微博、小红书账号精品内容创作与传播提升项目。

2. 项目地点：西安。

3. 项目内容：“西安文旅”微信公众号的策划运营、采编发布、视频拍摄、线上活动、账号推广及外采保障服务等；“西安文旅”微博、“西安文旅”小红书的高质量原创内容提供等。

（1）整体策划“西安文旅”新媒体内容提升工作

根据各平台账号的属性，积极构建兼具主流价值与创新活力、文旅深度融合的西安文化旅游新媒体内容生态。满足人民群众美好生活的期待，生产出更多符合大众精神文化需求的西安文化、艺术、旅游的数字资源和信息服务，为各级文化旅游单位、各类机构、文化和旅游企业、文化艺术名家提供新媒体内容生产和分发全流程服务，搭建西安文化和旅游新媒体整合营销平台。聚焦西安“吃住行游购娱”旅游全要素，进行全方位、多视角、立体化呈现。为市民游客提供新鲜全面的西安文化旅游资讯、产品、线路和服务。同时作为官方发声平台，配合西安市文化和旅游局全年重点工作，为重点业务定制宣传方案，稳中求进，创新形式及手段，深挖西安深厚的历史文化底蕴，策划新颖的新媒体内容，以切实手段提升粉丝量以及阅读量。

（2）“西安文旅”微信公众号日常内容的采写、编辑及发布

根据策划内容，以及全市文化旅游重点工作、节庆活动、突发的文旅热点事件，点对点联系、沟通，外出采访，采访包括录音、拍照、修图、拍摄剪辑短视频、编辑排版文章，为丰富微信推送排版，乙方可以使用第三方网站提供的编辑插件进行排版，相关插件如产生费用的由乙方自行承担。所有内容经甲方审核同意后，方可发布。

(3) “西安文旅”各新媒体平台的采访、拍摄等技术及保障支持

运用多种形式给市民游客呈现有深度、活化的西安文旅资源和信息。形式包括但不限于原创深度采访、原创手绘图文、原创 H5 等。

(4) 配合甲方对“西安文旅”各新媒体平台进行信息监测

与甲方配合进行粉丝互动管理，监控和反馈粉丝回复，对后台粉丝的留言或咨询在工作时间内予以及时有效地回复。及时正确引导舆论，保证后台平稳运行。乙方应制定应急预案，若运营过程中引起不当舆论，乙方需要迅速妥善处理并负全责。

(5) 策划组织线上及线下福利活动

组织福利活动是吸引粉丝，增强账号粉丝黏性的方式之一。网络多媒体时代，实现线上线下无缝衔接，福利活动通过发放文创纪念品、发放电影票、景区门票等多种形式的福利内容，进行“西安文旅”账号的宣传引流。乙方应结合宣传项目和甲方的要求，适时组织开展相应活动。

(6) 账号推广传播

在运营期间，乙方要积极联动中省市媒体平台、新媒体大号等进行“西安文旅”原创稿件推广，其中省市媒体平台需同时拥有传统媒体与新媒体属性，拥有报、网、端、微、头条号、人民号等全媒体传播矩阵，乙方在西安本地拥有多媒体采编系统与宣传发布中心。以此

通过内容传播、账号引流等方式扩大“西安文旅”的传播能力，提高账号流量。开拓数字化推广，以微信等主流社会化网络媒体平台为窗口开展西安文化旅游品牌及产品宣传。

二、合同价款

1. 合同金额（含税价）：¥695,000.00 元（大写：人民币陆拾玖万伍仟元整）。合同金额已包含乙方为履行本合同所发生的全部费用，除上述费用外，甲方无需再向乙方支付其他费用。若甲方要求乙方提供超出本合同项下之外的服务要求，双方应拟定补充合同，增设合同款项，补充合同款项应与本合同款项一并付清。

2. 合同总价即成交价，不受市场价格变化或实际工作量变化的影响。

三、项目实施地点、服务期

实施地点：西安；

服务期限：自合同签署之日起至 2026 年 12 月 31 日。

四、付款方式

1. 结算方式：合同项目履行完毕经甲方验收合格后，乙方填写政府采购项目验收单（一式伍份），乙方持服务合同、发票、项目结案报告、政府采购项目验收单，与甲方结算。

2. 付款方式：

2.1 合同签订后，乙方向甲方开具等额合规增值税发票，甲方于 2026 年第二季度支付合同总价款的 30%，即¥208,500.00 元（大写：人民币贰拾万零捌仟伍佰元整），作为项目首付款。2026 年 6 月乙方向甲方提供阶段性报告后，如乙方实际运营情况及绩效达标情况达到采购要求，甲方通知乙方开票，甲方于收到发票后 1 个月内向乙方付款合同款项的 60%，即¥417,000.00 元（大写：人民币肆拾壹万柒

仟元整)。2026年12月合同年度目标完成90%后,经甲方对乙方全年已完成的服务验收合格后,甲方通知乙方开票,甲方在收到发票后1个月内支付合同总款项剩余10%,即¥69,500.00元(大写:人民币陆万玖仟伍佰元整)。

2.2 支付方式: 银行转账。

2.3 乙方收款账户信息

开户行: 中国建设银行股份有限公司陕西省分行营业部

户名: 西安报业传媒集团(西安日报社)

账号: 61001902900052502297

3. 如因财政拨款导致甲方无法按时支付的,乙方对此表示理解并同意。待甲方收到财政拨款履行完内部审批流程后再向乙方支付合作价款,乙方不因此追究甲方任何责任。

五、项目团队要求

甲方项目负责人名称: 毛明钊, 联系电话: 13289865827。

若因不可抗力因素,乙方确需更换项目负责人,新更换的项目负责人须与磋商时所承诺的专业、资格等级、技术职称等内容一致或高于原资格条件;同时,要求至少提前7个工作日以书面形式通知甲方,并将拟更换的人员个人资料一并上报,经甲方审核同意后,方可更换。乙方要保持团队各平台人员的稳定性,不得任意调整替换,保证平台安全和内容输出稳定。

六、服务要求

乙方应不低于如下标准为甲方提供相应服务:

1. “西安文旅”微信、微博、小红书内容提升服务

(1) 每月撰写1份新媒体总体运营报告,包括:内容策划,各平台之间协调,阅读量,粉丝量,各种变化趋势分析。半年需提供阶

段性服务报告，报告需包含微信、微博、小红书平台半年相关数据、发布情况、存在问题、解决方案、运营亮点及创新等情况。

(2) 每月撰写 1 份新媒体总体运营策划方案，通过线上线下的讨论方式确定每周的选题。

(3) 微信平台常态化运营，每日发布推送内容根据西安市文化和旅游局实际工作内容及时调整。每日配备充足的工作人员，全力保证西安市文化和旅游局大小活动现场采编、拍摄、信息加工等宣传工作，确保推送节奏、频次和时间。如遇增发稿件、临时外采等紧急工作任务，及时响应，保证发布内容准时、准确。运用微信公众号文字、图片多种浏览方式，制作风格多元化的新媒体稿件，不拘泥于文字图片的传统模板，提升用户阅读的积极性、参与性。

(4) 微博平台内容提供，每日提供内容不少于 15 条。原创图文每周不少于 7 条，形式包括但不限于 9 宫格图文线路解读等。内容包括但不限于：采编类原创（每周一次）、新闻类汇编（每周一次）、演出类月刊（每月一次）、文物类信息（每月一次）、攻略类信息（每月一次）。及时与网友进行互动转发，和采购方共同运维微博话题。合作期内组织策划不少于 12 次微博线上抽奖活动，为微博平台粉丝提供各种形式的礼品购置并发放。

(5) 小红书平台内容提供，每周围绕西安文旅打卡、线路设计等话题，制作符合年轻人视角的高质量文旅原创笔记不少于 3 篇，要求整体协调、美观大气、亮点突出、展示效果佳、视觉冲击力强，文案撰写文笔流畅，提升账号曝光率和互动率。

(6) 微信视觉元素设计，专题专栏及 H5 设计制作。围绕劳动节、端午节、国庆节、中秋节、春节等节日、二十四节气及重大工作节点，策划稿件主题专栏，为微信、微博等平台设计节日、节气海报、封面

图、推文 banner 及尾图。

(7) 各平台采访、拍摄等活动的后勤保障的各项支持，包括但不限于远郊区采访拍摄活动的交通等支持。

(8) 提供新媒体运营相关平台会员，比如百度网盘会员，以及“西安文旅”“西安市文化和旅游局”微博等新媒体平台会员的购买。

(9) 微信平台定期策划组织粉丝互动活动（每月不少于1次线上活动，服务期内组织5次粉丝线下活动），要求线下活动在暑期、小长假等西安旅游旺季时开展，以达到更好的宣传推广效果。

(10) 须承诺发布内容（图片、文章、视频等）须符合中华人民共和国相关法律法规，不得侵犯任何第三方的合法权益。

(11) 工作期间发生的安全问题责任由乙方承担。

(12) 如因乙方原因给甲方工作造成重大负面舆论或负面影响的，甲方有权书面通知乙方，终止全部或部分合同，同时不影响甲方以其他形式追究乙方的违约责任。因合同终止而造成的损失由乙方承担，同时甲方有权要求乙方退还已支付的合同款。

备注：围绕西安市文化和旅游局重点工作，做好年度、季度、月度及每日的选题策划。确保推送内容符合意识形态、法律法规、道德伦理、保密制度等工作规定。结合新闻通稿、图片、视频等素材做好政策解读和宣讲，突出业务亮点和成效。①原创深度采访稿每周2—4篇。具体内容方向包括但不限于以下几点：深入挖掘文旅新业态、新场景等内容稿件；西安文化旅游攻略、路线、资讯等内容；西安历史文化、传统习俗、古今对比等内容；结合社会热点话题策划相关内容；实地外采稿件。原创头条文章单条图文平均阅读量不低于1500。②服务期内为粉丝提供价值不低于项目资金2万元的实物活动礼品

购置并发放。③其中涉及粉丝抽奖、送福利等各种形式的礼物、礼品，以及其他举办活动的人员安排和相关费用由乙方负责。

2. 文旅新闻信息服务

服务期内，乙方搜集文旅相关信息素材，为“西安文旅”新媒体矩阵制作图文并茂的海报以及视频剪辑，用于各平台宣传推广，比如微博九宫格图片、微信图片浏览格式、小红书内容提供等。全年图片设计 300 张、新闻类视频剪辑不少于 100 条。

备注：需要根据节假日、文旅新闻等相关时间节点，及时有效推送。图片和视频设计风格多元化，新颖、有趣。图片、视频、字体等使用无版权纠纷，若因此产生任何纠纷，均由乙方负责处理并承担最终责任。

3. 账号对外推广

(1) 服务期内，提供 4 次信息流推广，扩大“西安文旅”微信、微博、小红书平台影响力，“西安文旅”微信公众号粉丝增长量不少于 6 万。

(2) 服务期内不少于 30 条稿件内容在中、省、市平台账号进行转发推广。

备注：服务单位要积极联动中省市媒体平台、新媒体大号等进行“西安文旅”原创稿件推广。

4. 新媒体宣传资源库

服务期内，提供无任何版权纠纷的高清原创图片 80 张，35 条原创视频内容，涵盖西安 4A 级以上景区、西安文旅地标等。

备注：上述图片版权归甲方所有，且甲方可二次修改及传播。

七、其他要求

1. 成果交付要求。开展期间根据甲方需求提供阶段性数据报告，

项目结束后提供结案报告,包括但不限于项目实施期间的各项数据、截图;有奖互动活动奖品发放的物流记录等。项目期间产生的视频及照片需要提供像素 1080P 以上的原片,照片提供分辨率不低于 300dpi 的原片,以两份移动存储介质形式交付。

2. 内容版权要求。项目开展期间产生图片、文字、短视频等内容及设计版权归甲方所有,并且甲方有权对项目期间产生的各项内容进行二次加工及传播。

3. 质量要求。包括文字、图片、视频等。针对每日发布的文稿内容,落实内容审核制度,查看语句是否通顺,有无错别字,内容是否对应标题,配图是否准确等。针对原创设计海报、原创视频内容,要求文案无错别字、无错误表述。

4. 乙方应保证所策划、编辑、拍摄、制作、转载的内容不得侵犯甲方和任何第三方的合法权益,并应向甲方或甲方上级单位提供其所使用字体、视频素材、图片等的合法授权证明,乙方在本项目提供服务中如存在侵犯第三方人身、财产或知识产权等其他合法权益,由乙方承担赔偿责任。

5. 乙方为履行本项目所策划、拍摄、编辑、制作、转载内容需提交甲方审核,甲方提出修改意见的,乙方应积极完善和响应。

八、违约责任

1. 按《中华人民共和国政府采购法》和《中华人民共和国民法典》中的相关条款执行。

2. 乙方未按合同要求对所提供的内容敷衍、不细致的,审核不到位的,包括但不限于以下情况:

(1) 错发内容、漏发内容等问题,出现一次,甲方将扣除合同款项的 1%,即¥6,950.00 元(大写:人民币陆仟玖佰伍拾元整),上

不封顶。

(2) 一篇稿件出现五处以上错误的,例如错别字、语句不通顺等低级问题,甲方将扣除合同款项的1%,即¥6,950.00元(大写:人民币陆仟玖佰伍拾元整),上不封顶。同时,甲方有权依据政府采购法律规定对乙方违约行为进行追究相应责任。

3. 乙方提供的报价方案为签订正式书面合同书不可分割的部分,应履行相应的责任。

4. 合同当事人任何一方有违约情形的,守约方有权向违约方追究相关责任及赔偿。

5. 如因乙方原因给甲方工作造成重大负面舆情或负面影响,经采取补救措施仍无法恢复的,或乙方未按约定履行合同义务,经甲方督促后仍整改不到位的,甲方有权解除合同,乙方应返还甲方全部已付款项,并承担总价款10%的违约金。

6. 当违约方实质性违反其在本合同项下的义务时,守约方应免于履行其在本合同项下的义务。

7. 若因违约方违反本合同而使守约方发生任何费用或开支或额外责任,或遭受损失(利润亏损或其他间接损失除外),违约方应就该费用、开支、责任或损失(包括已付、应付的利息)给予守约方赔偿。

九、考核验收

由甲方和乙方共同对项目进行整体验收。按磋商文件、响应文件等技术指标进行逐项验收。各项指标均应符合验收标准及要求。其内容包括是否按照甲方要求进行服务、是否在规定时间内服务完毕。乙方应按照服务业绩要求提供翔实的书面结案报告。

其他事项:

1. 验收合格后，甲方填写政府采购项目验收单作为对本服务的最终认可。

2. 乙方向甲方提供服务过程中的所有资料，以便甲方日后管理。

3. 验收依据

3.1 本合同及附件文本；

3.2 国家相应的标准、规范。

十、保密条款

1. 乙方应严格遵守甲方有关保密规定，不得泄露一切保密信息；

2. 在技术服务期间，合同当事人对接触到的有关另一方当事人政府信息、商业活动、技术情报和技术资料等文件进行保密。

十一、合同争议的解决

因合同履行发生争议，双方友好协商解决；协商不成，向甲方所在地有管辖权的人民法院起诉。

十二、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、知识产权

在本合同履行过程中产生的相关作品著作权归甲方所有，未经甲方许可乙方不得擅自使用。

十四、合同订立

1. 本合同一式壹拾壹份，甲方执陆份，乙方执伍份，具有同等法律效力。双方授权代表签字并盖章后生效，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，补充

合同与本合同具有同等法律效力。

3. 采购需求书为本合同的组成部分, 与本合同具有同等法律效力,
上述文件内容与本合同不一致的, 以本合同为准。

(以下无正文)

甲方(盖章)

单位名称: 西安市旅游信息咨询中心

地址: 西安市莲湖区西大街45号

代理人(签字):

联系电话:

签订日期: 2026.3.3.

乙方(盖章)

单位名称: 西安报业传媒集团

(西安日报社)

地址: 西安市太阳庙门43号

代理人(签字):

联系电话:

签订日期: 2026.3.3.