

新华社品牌工程合作协议

甲方：中共咸阳市委宣传部（以下简称为“甲方”）

地址：咸阳市咸通南路 61 号

邮政编码：712099

联系人：汪娟

电话：029-33210192

乙方：新华通讯社新闻信息中心（以下简称为“乙方”）

地址：北京市西城区宣武门外大街甲 1 号

邮政编码：100052

联系人：姚伟

电话：010-88058636

鉴于：

新华通讯社是国家通讯社和世界性通讯社，是拥有各类媒体资源的全媒体集团和专业经济信息服务机构。新华社实施品牌工程旨在为优秀品牌企业进一步扩大品牌影响力提供有效渠道，为唱响中国品牌加油助力，为企业进一步走向世界铺路架桥。新华社专门成立品牌工作办公室，统一协调入选单位的综合服务。

新华通讯社新闻信息中心是新华社新闻信息产品的总出口和新闻信息资源管理中心，负责新华社新闻信息产品的



全球推广，为全球媒体、非媒体用户和终端受众提供新闻供稿和信息资讯服务，是新华社履行国家通讯社职能向国内外传播新闻信息产品的重要机构，是管理新华社所有新闻信息产品资源并进行营销组织策划、市场推广的机构。受新华社品牌工作办公室指派，负责对外签署品牌工程合作协议。

咸阳市位于陕西关中平原中部，地处八百里秦川腹地以其丰厚的历史文化底蕴及优越的地理位置，在谱写陕西新篇、争做西部示范的道路中书写着中国式现代化的新章。

甲乙双方经协商一致，共同开展品牌工程合作，根据《中华人民共和国民法典》等有关法律、法规和其他规范性文件的规定，在平等、互利的原则下，达成如下协议：

一、合作内容

本协议一经签署，新华社即确认甲方为新华社品牌工程入选单位，甲方与新华社各业务端口的合作均纳入新华社品牌工作办公室统一管理、协调。

经双方友好协商，拟在以下领域内达成合作意向：

1. 城市品牌原创内容策划：

聚焦科技创新、城乡融合、绿色发展、对外开放等 4 个主题，分别从城市、产业、人三个维度进行解剖，深刻诠释咸阳如何以点带面开创高质量发展和现代化建设的新局面。本策划将形成系列深度观察，在双方商定的专刊、媒体平台发布，并组织国内商业媒体集群单篇次落地不少于 100 家。

2. 短视频平台运营策划:

整合乙方媒体资源，助力甲方“闲适咸阳”城市品牌打造，策划组织系列短视频在新华社旗下媒体平台进行分发，共同提升咸阳在全国乃至全球范围内的知名度与美誉度。

3. 全球传播系列策划:

友城新年共贺活动——本活动以“丝路传情·友城共贺”为核心主题，联动咸阳市与其签署的国际友好城市，打造跨地域、跨文化的新年祝福视频，在相关渠道传播。

茯茶走进五国大使馆活动——以茯茶为媒，走进5个文化交流重点国家驻华大使馆，搭建官方层面的文化对话平台，让各国使节直观感受中国非遗文化的独特魅力，促进中外文明互鉴。

4. 城市推介系列活动策划:

乙方就甲方品牌推广、业务发展及关心主题，打造专属活动，具体形式由双方共同商定，临机策划。同时，甲方可参与乙方每年举办的企业家博鳌论坛、世界品牌莫干山大会等重大活动，充分展示甲方形象；策划海外媒体团走进咸阳、上市公司企业家走进咸阳等重大活动，乙方给予支持和推广。

5. 城市文化内核提炼与产业评估策划:

乙方作为全国首批国家高端智库建设试点单位中唯一的媒体智库，依托专业分析团队及覆盖多领域的专家智囊

团，面向全国举办咸阳秦文化标识设计大赛，邀请相关专业团队赴咸阳调研创作，提炼秦文化十二元素；以咸阳秦文化为研究对象，依托新华社资源库搭建设立“大秦文明传承创新智库”，就秦文化历史考古、文化传播、政策应用、创意产业发展等提出专项建议；围绕咸阳市文化产业监测指标体系进行定量与定性分析，揭示文化产业发展规律。

二、甲乙双方责任义务

1. 甲方需保证提供材料真实、合法、有效；如乙方需要，甲方应提交相关文件及凭证予以验证，并提供一套经甲方盖章确认的副本留存备案。

2. 甲方应按照乙方及工程需要及要求提供必要素材和展示形象，并接受乙方及新华社方面的审核；不符合审核标准的，甲方应根据审核意见予以及时调整。

3. 乙方应按照双方确认的内容投放媒介广告或发布信息，超出下单之外的广告和信息不作为执行本合同的依据，甲方有权不支付相应费用。

4. 乙方应按照甲方提供或确认的素材或信息内容予以发布；若为乙方提供的，则发布前应经甲方确认，以保证符合甲方品牌的推广需求和市场定位。不符合本条约定的发布行为视为无效，甲方有权不予结算相应费用。

5. 若为甲方提供的，乙方验证、留存备案、审核行为不免除甲方对其提供的材料、素材和展示形象负有的保证真

实、合法、有效的义务。甲方提供的材料、素材和展示形象违反国家相关法律法规和政策，损害乙方和任何第三方合法权益的，甲方应当独自承担法律责任，并赔偿乙方因此遭受的所有损失。

6. 在本协议有效期内，如发现甲方有任何严重违法违规行为或者严重有悖公序良俗的，或者甲方违反协议义务，经书面催告拒不改正的，乙方有权立即中止或终止服务，解除协议，已经收取的费用不再退还。如因此给乙方造成的损失，还应予以赔偿。

7. 经乙方审核通过的广告或信息，若因法律、政策原因被强制下刊，或因重大党政活动被中断、推迟发布，则乙方按耽搁的时间，为甲方及时安排补发。

8. 若乙方或媒介自身原因导致甲方广告或信息未能及时发布的，乙方应及时安排补发，由此导致的费用，由乙方自行承担，与甲方无关。由于甲方未能及时提供材料导致未能按时发布的，乙方不承担责任，由此导致的费用由甲方自行承担，给乙方造成损失的，甲方应予赔偿。

三、合作金额、期限及支付方式

1. 合作期限：自 2025 年【12】月【24】日起至 2026 年【12】月【23】日止。合作期限【壹】年。

2. 合作涉及的项目范围包括新华社下属所有媒体。

3. 合作总金额为人民币 9,680,000 元整（含税）（大写：玖佰陆拾捌万元整），具体项目由双方协商一致后执行，合同期满后所有项目自动确认服务完成。

4. 支付方式：本协议签订后甲方于【2025】年【12】月【25】前向乙方支付合作款，合计人民币【¥4,840,000】元整（含税）（大写：肆佰捌拾肆万元整）；【2026】年【6】月【30】前向乙方支付合作款，合计人民币【¥3,872,000】元整（含税）（大写：叁佰捌拾柒万贰仟元整）；【2026】年【12】月【30】前向乙方支付剩余合作款，合计人民币【¥968,000】元整（含税）（大写：玖拾陆万捌仟元整）

乙方须先行提供给甲方合法、有效的增值税专用发票。因乙方未及时提供发票，甲方有权暂缓付款且不视为甲方违约。

5. 甲方开票信息：

户 名：中共咸阳市委宣传部

纳税人识别号：11610400762561066G

税务登记地址：咸阳市秦都区咸通南路 1 号

电话：02933210189

开户行：中国建设银行股份有限公司咸阳渭阳路支行

账 号：61001635208058000080

乙方开户银行:

户 名: 新华通讯社新闻信息中心

开户行: 中国工商银行股份有限公司北京菜市口支行

账 号: 0200001809200056852

四、沟通机制

双方建立品牌工程信息通报制度和共享机制, 建立重大事件和重要活动联动机制, 指定专门对接人对重要事件或时间节点品牌营销定期进行会议沟通、前期策划。

五、知识产权

1. 双方必须严格遵循对方品牌管理制度, 任何一方人员未经对方书面授权, 不得利用对方品牌从事与第三方的业务联系与合作。需要使用对方品牌进行业务联系洽谈的, 必须事先以书面材料向对方通报, 经书面同意后方可使用。

2. 除以书面形式明示转移或授权, 双方保留给予对方所有资料及信息的知识产权。一方不得在未征得对方书面同意的情况下, 擅自改动或提供给任何第三方使用此资料或信息。

六、违约责任

1. 乙方按本合同中约定的付款日前 3 个工作日内向甲方发出付款通知书, 通知甲方付款。甲方不按本合同约定支付款项, 须向乙方按日支付该笔金额的万分之三作为滞纳金, 但因乙方原因导致甲方未在规定期限内支付款项的, 甲方无需

支付滞纳金。甲方逾期支付超过 15 日的，乙方有权单方解除本合同，甲方需向乙方支付本合同约定的全部款项，并另行向乙方支付本合同总金额 30%的违约金。

2. 因甲方原因造成广告不能及时发布的，不视为乙方违约。

3. 本合同生效后，各方均应全面履行本合同约定的义务，任何一方不履行或不完全履行本合同约定义务的，应当承担相应的违约责任，并赔偿由此给守约方造成的损失，包括守约方为实现债权而支付的律师费、公证费、鉴定费、保全费、诉讼费等。

七、保密

1. 双方均同意未经对方书面许可，任何一方不得向第三方提供或披露本协议的具体内容及与对方业务有关的资料和信息，否则另一方有权追究其法律责任并要求其赔偿损失。但根据有关法律法规和监管规定需要披露的除外。当需要对外披露时，双方应共同协商，统一步骤和口径，并征得对方书面同意和确认。

2. 除本协议规定之工作所需外，未经对方事先同意，不得擅自使用、复制对方的商标、标志、商业信息、技术及其他资料。

3. 本合作协议的保密条款为持续性条款，无论本协议变更、中止、解除、终止或无效，均不影响保密条款的有效性。

八、不可抗力

1. 如发生不可抗力，双方应立即协商解决方案。因不可抗力影响本协议履行的，任何一方可依法免除全部或部分法律责任。

2. 受不可抗力影响的一方应自不可抗力发生之日起十日内通知另一方，并附有关部门确认的不可抗力书面证明。如不可抗力持续十日以上，且对本协议履行产生重大不利影响，则任何一方均可终止本协议。

九、适用法律和争议解决

1. 本协议的成立、签订、效力、解释、履行、变更、终止和争议解决均适用中华人民共和国法律。

2. 与本协议有关的任何争议都应由双方通过友好协商解决，协商不成的，任一方可以向乙方所在地的人民法院提起诉讼。

十、其他

1. 本协议未尽事宜应由双方友好协商解决。对本协议和其附件的任何修改或补充均应采用书面形式。修改或补充文件与本协议不一致的，以该修改或补充文件为准。

2. 本协议的任何条款被有权机构判定为无效或不得执行的，如该条款不影响本协议其他条款效力及执行性的，其他条款继续有效，甲乙双方应继续执行有效内容。

3. 本协议一式肆份，甲方持贰份，乙方持贰份（其中正

本一份、副本一份，副本存档使用），本协议对甲乙双方具有同等法律效力。

4. 本协议自双方法定代表人或授权代表签字并盖章之日起生效，至 2026 年 12 月 23 日终止；双方签字日期不一致的，自较迟的签字日起生效。

【此后无正文】

【签字页】

甲方：中共咸阳市宣传部

(盖章)

授权代表(签字):



日期: 2025 年 12 月 23 日

乙方：新华通讯社新闻信息中心

(盖章)

授权代表(签字):



王海洋

日期: 年 月 日



附件

“解码咸阳”城市品牌系列专题策划内容概览		
选题	形式	备注
西咸一体化 从“双城记”到“同城化”的咸阳担当	图片+文字	高管 信息 专刊 汇编
当秦风遇见国潮 咸阳文旅中的烟火市集与青春派对	图片+文字+视频	
3000 亿时代下 咸阳经济跃升的“产业逻辑”	图片+文字	
良田焕彩 咸阳何以坐稳“关中白菜心”	图片+文字	
从“老厂房”到“智高地” 咸阳工业的突围与重生	图片+文字	
小县城撬动大产业 咸阳实现省级开发区县域全覆盖	图片+文字+视频	
一湖青绿写峥嵘 咸阳生态文明建设与低碳发展纪实	图片+文字	
破局与立势 科创驱动如何重塑咸阳城市发展版图	图片+文字	
丝路潮涌 咸阳擘画“一带一路”开放新图景	图片+文字	
秦川浩气贯长空 咸阳以文化自信推动文化转化观察	图片+视频	

“闲适咸阳”短视频内容策划				
栏目	形式	发布规范	画面内容	备注
营城· 咸阳故事	动画、沙画、情景演绎	每季度 1 条, 每条 1 分钟内	聚焦咸阳的历史故事、文化传说、民俗风情等	相关视频内容经审核后在新华社旗下相关社交媒体平台分发
知味· 咸阳打卡	Vlog、快剪航拍全景	每月 1 条, 每条 15 秒	展示咸阳知名景点、文化街区、美食等	
匠心· 咸阳非遗	特写、慢动作、微距拍	每季度 1 条, 每条 1-3 分钟	聚焦茯茶、剪纸、刺绣等特色非遗	
探胜· 咸阳早安	轻快配乐+地域特色	每季度 2 条, 每条 15 秒	以“晨间问候”形式展现咸阳地标性建筑及自然风光景	

“和鸣咸阳”全球传播策划内容概览

结合活动	表现内容	展现形式
友城新年共贺活动	视频在 YouTube 等新华社海外社交媒体平台发布	邀请咸阳与各友好城市（如法国勒芒市、俄罗斯奔萨市）政府官员、民众代表手持各自城市元素新年祝福牌，用中文或当地语言送上祝福并剪辑视频。突出标志建筑和地方元素，翻译配文展示双方关系历程及合作成果
茯茶走进五国大使馆	对相关活动进行报道，在全球 500 家以上主流媒体进行转载	邀请咸阳市政府代表、知名茯茶企业等走进 5 个国家驻华大使馆，展现非遗活化成果。活动通过以茶为媒，搭建起中外文化交流桥梁，推动茯茶国际化传播，也助力咸阳“一带一路”文化合作走深走实

“遇见咸阳”城市推介系列活动内容概览

活动名称	时间	形式
中国企业家博鳌论坛 (社内活动参与)	2025.12 月	为咸阳锁定参会名额，邀请代表进行城市主题演讲，搭配非遗、特产展示
世界品牌日莫干山大会 (社内活动参与)	2026.5 月	为咸阳锁定参会名额，邀请代表进行城市主题对话，搭配配套活动展示
海外媒体团走进咸阳 (新设活动策划)	2026.7 月	邀请知名海外媒体代表探寻咸阳之美，以多语种外文展示咸阳魅力
上市公司企业家走进咸阳 (新设活动策划)	2026.10 月	组织上交所、深交所、北交所知名上市公司代表赴咸阳调研并推介产业

“文华咸阳”城市文化内核提炼与产业评估策划内容概览

名称	内容规划	展现形式
秦文化鲜明标识提炼	1. 秦文化研究与梳理：以咸阳秦文化为研究对象，依托新华社资源库搭建设立“大秦文明传承创新智库”。智库理事会单位由咸阳市委、高校、文博单位及考古专家等组成，理事单位聘任组建完毕将召开发布会并对外宣告咸阳秦文化研究启动。理事会将每半年组织召开一次闭门研讨会，就秦文化历史考古、文化传播、政策应用、创意产业发展等提出专项建议。 2. 秦文化元素设计赛：面向全国举办咸阳秦文化标识设计大赛，邀请中华设计奖组委会赴咸阳调研创作，提炼秦文化十二元素。	1. 开展1次中华设计奖组委会咸阳采风创作活动 2. 每年发布一份秦文化研究指南供各级单位参阅
文化产业发展监测体系构建	1. 监测指标体系框架：①文化产业发展规模（产业增加值、企业数量、从业人员）②文化产业发展质量（企业盈利能力、创新能力、品牌影响力）③文化产业发展效益（就业贡献、社会效益、经济效益） 2. 监测数据来源与收集：从官方数据、企业报告、市场报告、学术成果中挖掘，通过官方统计、问卷调查、网络、数据库几个渠道获取。 3. 监测方法与模型构建：定量与定性分析相结合，通过统计分析、时间序列分析等方法，对文化产业发展规模、结构、效益等数据进行量化分析，揭示文化产业发展规律。增加专家访谈、案例研究等方法，对发展问题进行深入剖析。	1. 《咸阳市文化产业发展年度白皮书》年度1份

