

中共榆林市委网络安全和信息化委员会办
公室榆林市数据局“2025 陕北民歌短视频挑
战赛活动”服务项目采购合同

(项目编号: YFZX-2025-243)

甲 方: 中共榆林市委网络安全和信息化委员会
办公室榆林市数据局

乙 方: 榆林易马城影视传媒有限公司

根据《中华人民共和国民法典》，甲、乙双方在平等自愿、公平、诚实信用的原则下，经友好协商，就乙方为甲方策划执行“2025 陕北民歌短视频挑战赛活动”相关事宜达成一致并签订本合同。

一、合作期限

2025 年 9 月 11 日——2026 年 2 月 28 日

二、合作项目名称

乙方按照甲方《2025 陕北民歌短视频挑战赛活动方案》《服务内容清单》，负责做好活动相关事宜，具体要求如下：

1. 拥有熟悉互联网传播规律的成熟团队，人数不少于 10 人，能对“2025 陕北民歌短视频挑战赛”活动进行高效率组织、全流程策划、高标准执行，打造陕北民歌品牌。

2. 活动需协调陕北民歌领域社会团体、民间组织（国家级）等予以指导。邀请不少于 20 名榆林籍文化名人、知名演员、网络名人、网络大 V 等录制活动宣传视频，动员广大陕北民歌爱好者踊跃参与活动，助力活动火热开展。

3. 提供全平台官方账号流量投放。本次活动需用活动官方账号，发布参赛作品。在抖音、快手、视频号、新浪微博、小红书等平台开设#歌从陕北来、#2025 陕北民歌短视频挑战赛等相关话题。设置活动 logo，进行活动海报设计、活动简介，与网民开展积极互动。

4. 邀请中省市各类媒体广泛参与活动的预热宣传和网上话题互动。定时做好活动内容的宣发工作，包含音视频资料的收集整理，内容创作、二次剪辑、用户互动、数据分析、

社交媒体管理、市场推广等工作。开展街头互动等创意策划推广活动。组织自媒体拍摄宣传视频，充分利用微博、微信、抖音、快手、小红书等多种平台持续更新活动内容，活动的网络曝光量不少于2亿次。

5. 组织专业评审团。邀请5名业界专家学者、有影响力的陕北民歌手、资深传媒人等担任大赛评审人员，对参赛作品进行专业、客观的评审、打分。大赛开始前，评审人员名单需要保密，保证评审活动专业性和公平公正性。

6. 对参赛作品进行评审展播。将评选出的优秀作品整理成辑进行全网宣传推广，共发布不少于100个参赛作品。按期统计入选参赛作品得分情况，活动结束后汇总统计评选出本年度最终获奖作品。

7. 举办“2025陕北民歌短视频挑战赛活动”颁奖大会，制作获奖证书、奖杯。邀请新闻媒体、网络媒体、自媒体对大会进行广泛宣传，进一步提升活动的影响力和效果。

8. 活动效果：通过“2025陕北民歌短视频挑战赛活动”，大力弘扬中华优秀传统文化，持续推动陕北民歌IP持续“出圈”，不断夯实陕北民歌传承发展的群众基础，为实现榆林高质量发展营造良好的文化氛围。

三、验收条款

由甲方在乙方服务完成后进行验收，验收内容以合同约定内容为准。

四、合同价款及付款方式

1、本合同总价款为人民币：375000元（大写：叁拾

柒万伍仟元整) (含税价)。本合同为综合包干总价合同, 包括税费及完成本合同所产生的全部费用, 甲方无需另行支付其他任何费用。

2、第一次付款时间: 本合同签订后, 收到乙方向甲方开具的正规发票, 甲方向乙方支付本合同总价款的 60%, 即人民币: 225000 元 (大写: 贰拾贰万伍仟元整)。

第二次付款时间: 乙方完成全部工作达到服务标准并经甲方验收合格后, 乙方开具正规发票, 甲方向乙方支付本合同总价款的 40%, 即人民币: 150000 元 (大写: 壹拾伍万元整)。

3、费用结算方式: 银行转账

4、账号信息:

名 称: 榆林易马城影视传媒有限公司

开户银行: 兴业银行股份有限公司榆林分行

账 号: 456950100100200293

五、甲方的权利和义务

1、甲方有权就乙方本次活动的策划与执行提出建议和思路, 以使活动效果更符合甲方要求。

2、甲方对活动方案、设计风格、宣传方式、创作内容等进行审核, 并有最终确认的权力。

3、甲方有权监督和指导乙方的整体工作, 有义务向乙方提供必要的素材及条件, 以保证活动正常进行。

4、甲方应如约向乙方支付承办费用。

六、乙方的权利和义务

1、乙方应从甲方要求及要达到的效果出发，按要求完成服务内容。

2、乙方策划活动方案，对活动的具体执行负责，保证活动正常进行。

3、乙方未经甲方许可不得擅自更改服务内容。

4、乙方需按照合同约定，按时、保质保量完成活动的服务内容。

5、乙方不得将为甲方制作的宣传产品及指定内容等以任何方式转让、出售、复制给任何单位和个人。

6、在合同履行过程中，因客观原因或甲方需要调整约定内容或履行方式，乙方必须无条件配合完成。

七、违约责任

1、乙方未按照合同约定提供服务或提供服务不到位、不及时，甲方提出整改，乙方不予整改或者整改不到位，扣除合同总费用 10%作为违约金。

2、乙方未按合同要求提供服务，甲方有权终止合同和对乙方违约行为进行追究。如本次活动在任何一个环节出现问题或造成不良影响，乙方承担补救措施及全部责任。

3、乙方保证其提交的工作成果不侵犯任何第三方的商业秘密、所有权和知识产权及其他合法权益，因此产生的纠纷和损失由乙方承担后果。

4、乙方未按甲方要求或者未经甲方审核造成损失的，除承担民事侵权责任或构成刑事责任承担责任外，同时视为对履行本合同构成违约，需承担相应责任并赔付甲方相应违

约金。

八、保密条款

1、因签订或履行本合同而使甲乙双方知悉对方的商业/技术秘密以及本合同内容，未经对方书面许可，任何一方不得向其他第三方泄露。

2、本合同保密责任在本合同有效期内及合同终止后均具有法律效力。

九、其他

1、因国家政策或政治原因使本合同不能履行或不能完全履行时，双方均不承担法律责任，但双方有通知义务和协助义务，待不利原因消除后另签补充合同，因政策原因导致合同无法履行的可以解除合同。

2、甲、乙双方因本合同或在本合同履行过程中发生争议的，应协商解决，达成一致签署补充协议，与本合同具有同等法律效力。

3、本合同适用中华人民共和国法律，解决合同纠纷的方式：如双方发生纠纷，协商不成时，任何一方可向甲方所在地人民法院提出诉讼。

4、争议解决期间除涉及争议的合同条款外，甲、乙双方应继续履行本合同的其他条款。

5、本合同自甲、乙双方签章之日起生效，至协议履行完毕合同终止。

6、本合同正本肆份，甲方执贰份，乙方执贰份。

甲 方（盖章）：

法定代表人（或授权代表）：

签约日期：2025年9月11日



乙 方（盖章）：

法定代表人（或授权代表）：

签约日期：2025年9月11日



附件：

服务内容清单

序号	项目	内容
1	奖金设置	1.专业组： 一等奖1名（奖金20000元） 二等奖2名（奖金10000元） 三等奖3名（奖金5000元） 优秀奖10名（价值约1000元实物奖品） 2.大众组： 一等奖3名（奖金5000元） 二等奖5名、最具人气奖1名（奖金3000元） 三等奖10名（奖金1000元） 优秀奖20名（价值约500元实物奖品） 3.学生组： 一等奖3名（奖金5000元） 二等奖5名、最具人气奖1名（奖金3000元） 三等奖10名（奖金1000元） 优秀奖20名（价值约500元实物奖品）
2	宣传推广	1.在抖音、快手、微信视频号、小红书、新浪微博等平台建立话题（例：#歌从陕北来；#2025陕北民歌短视频挑战赛）；对话题进行整体流量投放； 媒体账号及舆论管理：包括账号的日常维护、网友反馈处理、举报处理、评论区正向引导等维护活动的形象、积极引导网友们参与活动的互动等。保持网友黏性，提高网友满意度和留存率。收集、分析、评估话题的日常曝光量、内容的播放

		量、转发量、评论量等数据，以了解网友行为和趋势，优化内容和宣传营销策略。
		2.根据活动进展进行推广内容策划，包括宣传执行所需视频、图片、文字、内容素材的收集、整理、剪辑创作等；邀请榆林籍文化名人、知名演员、网络名人、网络大V、2024年陕北民歌抖音挑战赛获奖代表等录制活动宣传推广视频。 创意策划活动推广： （1）陕北民歌“街头接力” 在榆林地标位置或人群密集的商业街区设置“陕北民歌街头接力”，随机互动路人唱一小段陕北民歌，参与者可获得定制文创礼品。互动过程拍摄记录，并引导其发布短视频二次传播，扩大活动曝光度。 （2）全民合拍 在抖音发起全民合拍功能。大众可通过合拍的方式，加入自己的演唱、舞蹈或创意表演，生成个性化的短视频作品，形成全民参与的热潮。 （3）文旅推荐创意视频 线上发起相关话题，参与者可以围绕陕北的著名景点，结合陕北民歌进行创意视频创作，全方位展示陕北的文旅魅力。 （4）节庆节日热点策划宣传 活动期间，以节庆节日为流量入口，结合陕北民歌的特点，打造话题热点，提升陕北民歌的大众认知度与活动参与度。
		3.设计制作物料费用：包括但不限于活动海报视觉设计、印刷制作、奖杯证书等费用。
		4.媒体合作：邀请中省市各类媒体广泛参与活动的预热宣传和网上话题互动，不断提高活动的网络曝光量。
3	专家	邀请榆林市民歌（及民歌相关组织负责人）老师、陕北民歌

	评审	研究等专家进行评审工作。
4	颁奖典礼	举办“2025 陕北民歌短视频挑战赛”颁奖大会
5	其他	活动执行中临时新增设计、场景、宣传动作、应急调配等不可预见支出。

08025214640