

2026 陕北榆林过大年前期预热及
网络平台推广服务项目合同

甲方：榆林市文化和旅游局
乙方：光合智旅文化发展（北京）有限公司

根据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国政府采购法》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 陕北榆林过大年前期预热及网络平台推广服务项目
- 2.服务期：90 日历天
- 3.服务内容：素材采集、携程推广、微博推广、快手推广、达人推广、朋友圈推广、小红书推广以及摄影大赛、画册制作等，具体如下：

序号	类别	名称	描述	数量	单位
1	素材采集	前期宣传片	策划与脚本：深入理解活动核心实质，产出能体现特色的创意方案和分镜头脚本。文案需符合网络平台传播或特定场景需求。包含创意方案、分镜头脚本、文案撰写。	1	部
2			设备租赁：包含 2 台电影级 4K 及以上专业摄像设备套装、1 台专业级单反相机套装、1 台 4K 以上无人机、1 组灯光、三脚架、滑轨等。	6	天
3			拍摄人员：包含导演 1 名、摄影师 3 名、无人机操作员 1 名，灯光助理 1 名，拍摄助理 1 名，群众民俗演员 3 名等。	6	天
4			基础剪辑：对拍摄的素材及整理的素材按脚本分镜头进行剪辑，画面流畅、调色自然。	1	项
5			配音音效：对视频文案进行专业级配音，制作宣传片音效。	1	项
6			后期包装：宣传片风格要求温馨、大气，能够传递出榆林的历史文化底蕴和现代发展活力。使用特效（PR/AE）加强表现，片头、片尾、特效转场制作，宣传片总时长 3-5 分钟，分辨率 3840×2160（4K）以上，文件格式 MP4，视频比特率不低于 8M。成片无字幕版和字幕版各 1 个。	1	项



7	年俗 活动 素材 采集	素材拍摄：对启动仪式、新春灯会、手写春联活动、非遗大集、无人机表演、秧歌展演等系列活动进行素材采集。采用 4K 及以上专业设备，包含无人机拍摄。 实施要求：每场多名摄影师，多个机位进行采集，包含照片拍摄、无人机拍摄。过程中应保证画面的质量和稳定性。	40	个
8		视频文案：围绕“陕北榆林过大年”活动氛围，制作过大年活动主题短视频文案，突出地域文化特色与节庆热烈氛围。文案紧扣各类活动表演形式，突出现场氛围。语言风格应富有节奏感与感染力，融合民俗韵味与现代传播语感。包含核心创意、分镜描述、文案/字幕。	40	个
9		后期处理：将拍摄好的素材进行剪辑处理。包含视频剪辑、制作、包装、配音等。剪辑过程中应注意保持画面的连贯性和节奏感，同时添加适当的转场效果和字幕。配音应与画面内容相匹配，语言风格应亲切自然，能够引起观众的共鸣，添加适当的背景音乐。分辨率不低于 3840×2160（4K），文件格式 MP4。	40	个
10	文案 创作	精选 2026“陕北榆林过大年”精彩活动，撰写高质量宣传稿件。内容紧扣活动主题，深度挖掘榆林春节传统年俗的文化内涵与地域特色。稿件立意高远、结构清晰、语言生动凝练，兼具文化深度与传播温度，突出群众参与的热烈氛围和文旅融合的创新表达。内容体现时代气息与人文情怀，适用于主流媒体发布、政务宣传及新媒体平台推广，全方位塑造榆林年俗文化的独特魅力与全国影响力，打造具有辨识度和美誉度的节庆品牌 IP。	20	篇

11	视频切片	根据活动宣传需要，精选“陕北榆林过大年”活动素材，系统化策划并制作一系列适用于社交媒体传播的高品质短视频切片。内容聚焦“陕北榆林过大年”活动，展现活动核心价值，精准呈现地域文化精髓与节庆氛围。紧扣传播主线，精选高辨识度、强感染力的关键画面，突出民俗特色与人文温度，打造兼具视觉美感与情感共鸣的视频内容。画面清晰、节奏紧凑，通过专业化剪辑与视听包装，显著提升内容吸引力与传播效能，全面放大活动声量，强化品牌影响力与城市文化形象。	25	个
12	旅游线路	围绕榆林丰富的民俗文化资源与地域特色，创作主题鲜明、体验独特、各具辨识度的精品旅游线路，充分展现榆林春节文化的丰富层次与人文底蕴。文案紧扣线路主题，兼具文化深度、故事张力与传播语感，精准诠释线路核心亮点与精神内涵。	6	条
13	总结宣传片	策划执行：设计宣传片视觉效果和故事情节，使用具有陕北特色的非遗元素，如剪纸、腰鼓、秧歌等，来增强地域特色，视频配音文案撰写。根据文案和创意设计，创作详细的分镜脚本。分镜脚本应包括每一镜头的描述、拍摄角度、所需道具等。	1	部
14		拍摄设备：包含2台电影级4K及以上专业摄像设备套装、1台专业级单反相机套装、1台4K以上无人机、1组灯光、三脚架、滑轨等。	6	天
15		拍摄人员：包含导演1名、摄影师3名、无人机操作员1名，灯光助理1名，拍摄助理1名，群众民俗演员3名等。	6	天
16		基础剪辑：对拍摄的素材及整理的素材按脚本分镜头进行剪辑，画面流畅、调色自然。	1	项
17		配音：配音应与画面内容相匹配，语言风格应亲切自然，能够引起观众的共鸣。	1	项
18		后期包装：使用特效（PR/AE）加强表现，特效转场制作，宣传片总时长3-5分钟，分辨率3840×2160（4k），文件格式MP4，成片无字幕版和字幕版各1个。	1	项

19	微博推广	微博推广	微博宣传资源包括陕西区域微博热搜、视频拉流直播不少于4场、微博陕西官方稿件发布不少于2篇，以及官方微博矩阵15次联合发布。	1	项
20	携程推广	线上主题活动	定制发布“陕北榆林过大年”旅行推荐活动平台，设置奖项，激发携程平台旅游用户、旅行博主广泛开展关于榆林过年、非遗民俗、美食灯会等相关主题的内容创作。	1	个
21		携程社区内容营销	策划撰写榆林非遗民俗、特色美食等方面的高质量精品宣传营销内容不少于5篇，通过不少于20个万级粉丝量的KOC进行发布传播。	1	个
22		线上宣传推广引流	在携程旅行APP首页投放搜索框搜索关键词品牌专区推广资源。提供陕西省、榆林市、市辖区县活动期间相关携程平台数据。	30	天
23		文旅产品主题线路推广	“陕北榆林过大年”文旅产品主题线路推广促销活动及页面设计制作。	1	个
24	快手推广	定制资源	上线活动官方话题，打造总话题#陕北榆林过大年。通过品牌话题沉淀，为活动打造站内聚合阵地。该商业话题，可实现站内外分享、页面头图定制、以榆林文博为活动发起人、活动描述定制、活动作品展示、话题页面头图下端banner、以及支持行业组建等功能。整体话题总播放量不低于5亿曝光。	1	项
25			围绕“陕北榆林过大年”主题发起“老铁招募令-拍摄挑战-轻享版”定制任务，激励用户发布符合主题的视频内容，并对完成任务的创作者给予相应奖励。	5	天
26			5天视频发布页话题推荐前十位。	5	天
27		运营资源	搜索结果页：在搜索结果页中，实现自然结果页的视频置顶、定制banner展示，搜索结果页展示话题标签。	30	天
28			快手热榜资源位：“快手全国热榜”前十位的资源位。	1	项

29			精选活动卡：在“热门活动”板块获得“精选活动卡”资源，其视觉素材需体现“陕北榆林过大年”活动 logo，并可点击跳转至指定的活动落地页。	6	天
30		宣推资源	在“陕北榆林过大年”活动期间，在@快手正能量官方账号及其他官方账号进行直播转发。	6	次
31		作品助推	针对陕北榆林过大年期间，@榆林文博快手账号上的优质作品，进行快手平台商业化流量助推，通过人群定向以及区域市场投放，提升短视频作品的播放量及互动指数，助力打造爆款视频内容，商业化流量曝光不低于 1400 万次。	1	项
32	达人推广	千万级达人	邀请 1 名千万级粉丝文旅头部达人，在过大年期间抵达榆林，进行线下打卡。发布陕北榆林过大年活动主题的宣传视频或图文信息不少于 3 条。包含了达人劳务费、团队的所有当地交通、差旅、食宿等。	1	项
33		百万级达人	邀请 1 名 300 万以上粉丝文旅达人，发布陕北榆林过大年活动主题的宣传视频或图文信息不少于 3 条。包含了达人劳务费、团队的所有当地交通、差旅、食宿等。	1	项
34	朋友圈推广	朋友圈广告	朋友圈广告位首刷前十位；用户刷到广告展现样式可以为图文、视频，点击首页广告后可点击跳转到公众号、活动详细 H5 落地页。整体预估不少于 300w 人次曝光及覆盖。	1	项
35	小红书推广	信息流广告投放	根据视频/图文内容进行广告投放，根据目标人群画像，设计编制针对性的投放策略及方案。包括但不限于用户画像分析，目标客户群获客转化链路，投放周期及节奏，运营优化措施，数据监控及分析等内容。总曝光量不低于 100w。	1	项
36	摄影大赛	摄影大赛	组织实施 2026 年“陕北榆林过大年”全国摄影大赛，涵盖奖项体系设计；组织专家评审并完成评审工作；制作并寄送获奖及入选证书；提供评审所需场地、材料及相关会务保障。	1	项

37	画册制作	画册制作	完成画册的整体版式设计及图文排版，负责全稿的内容校对，直至最终定稿确认；使用约 170P、120 克白色胶版纸进行内页四色印刷，前后环衬采用 250 克特种纸；封面使用 157 克双铜纸，并完成指定的 UV、烫金及覆亚膜工艺；采用硬壳锁线精装方式装订，并在封三制作 U 盘凹槽；负责全程印制质量管控，确保成品符合约定规格，并安全包装、运输至指定地点。	400	册
----	------	------	---	-----	---

二、合同价款

本合同总价为(含税)2224100 元(大写：贰佰贰拾贰万肆仟壹佰 元)。乙方根据国家规定向甲方开具等额发票。本合同总价为包干总价，包括乙方执行本合同在内的全部费用，非经双方协商一致，甲方无须另向乙方支付本合同规定之外的其他任何费用。

三、验收及付款方式

合同签订且甲方财政资金到位后 10 个工作日内支付乙方合同总金额的 40%，即人民币大写：捌拾捌万玖仟陆佰肆拾元整（小写：889640.00 元）；合同到期后，由甲方组织专人验收合格且甲方财政资金到位后 10 个工作日内付清剩余资金 60%，即人民币大写：壹佰叁拾叁万肆仟肆佰陆拾元整（小写：1334460.00 元）。

开户名称：光合智旅文化发展（北京）有限公司

银行账号：110941007310101

开户行：招商银行股份有限公司北京华贸中心支行

联行号：308100005553

联系电话：010-85295596

四、双方的权利与义务

(一)甲方的权利与义务

1.甲方须及时配合乙方对项目内容进行审核及验收，并及时反馈修改意见给乙方。

2.甲方负责协调项目开展所必要的工作。

3.甲方应在约定的时间内向乙方支付费用。

4.如因甲方原因不能按期完成某阶段任务，乙方不承担责任，乙方服务期相应顺延，甲方不得推后向乙方付款的进度。

5.如因不可抗力或现实原因，甲方须与乙方共同协调更换无法实施的内容。

(二)乙方的权利与义务

1.乙方应保证所提供的服务完全符合合同约定的技术标准、内容要求及交付

时间。若服务成果经甲方验收不合格，乙方需在甲方发出整改通知后5个工作日内完成整改并重新提交验收。

2.关于达人视频乙方应在发布视频前将视频内容以及格式发给甲方确认，乙方不得擅自发布。甲方收到待确认内容后3个工作日内未提出异议或者明确表示内容合格，代表乙方创作的视频内容符合甲方标准。乙方擅自发布未获确认内容的，每次需向甲方支付合同总金额5%的违约金，且甲方有权要求乙方立即删除相关内容并承担由此造成的全部损失。

3.乙方应保证通过执行合同中全部方案后，可以取得本合同规定的结果，达到本合同规定的预期目标。

4.乙方保证其履行义务，在与甲方达成一致后，满足甲方的要求，对所有不符合要求的部分及予以修正。

5.乙方需遵守保密原则，不得利用工作之便外泄资料，避免给甲方带来损失，但甲方已公开部分或者未采取保密措施部分除外。

6.甲方在原采购需求整体不变的情况下提出部分修改意见，经双方协商一致后，乙方应以甲方的修改意见为主进行项目实施，进行适当调整。

五、技术服务

乙方为甲方交付的服务应符合采购文件所述的内容，如果没有提及适用标准，则应符合相应的国家标准。

六、知识产权

1.甲方在合作过程中提供给乙方的数据、素材、图纸等资料和信息，其版权及相关知识产权均应为甲方独立拥有，未经甲方书面同意，乙方不得将其用于非本协议之外的目的和用途。

2.甲方委托乙方进行设计、制作本项目相关的素材知识产权均归甲方所有。

3.乙方及达人为本项目创作的所有作品（包括但不限于视频、文案、图片、设计稿等）的知识产权（含著作权、商标权、肖像权等）归甲方独家所有。乙方及达人仅享有作品的署名权，不得将上述作品用于本项目以外的任何用途，也不得授权任何第三方使用。

4.双方承诺对履行本合同所提供的资料及其他商业秘密负有保密义务，并采取一切合理的措施以使其所接受的资料免于散发、传播、披露、复制、滥用及被无关人员接触。

七、合同争议的解决

合同执行中发生争议的，当事人双方应协商解决，协商达不成一致时，可向甲方住所地有管辖权的人民法院提请诉讼。

八、不可抗力

双方因不可抗力(是指不能预见、不能克服并不能避免且对一方或双方当事人造成重大影响的客观事件，包括但不限于自然灾害如洪水、地震、瘟疫流行

等)导致本协议无法继续履行的,双方不承担任何责任。

九、违约责任

1.若乙方未按合同约定时间交付服务成果,每逾期1日,需按合同总金额的0.5%向甲方支付违约金。

2.若乙方提供的服务存在虚假宣传、侵犯第三方权利或违反法律法规的情形,乙方应承担全部法律责任,并赔偿甲方因此遭受的一切损失,同时甲方有权单方终止合同。

3.若甲方无正当理由逾期付款,每逾期1日,需按应付未付金额的0.5%向乙方支付违约金。

十、保密条款

甲乙双方均需对本合同内容、项目资料及对方的商业/技术秘密承担永久保密义务,即使合同终止后仍需遵守。如因乙方或其工作人员泄露导致甲方损失的,乙方应承担全部赔偿责任,且甲方有权追究相关人员的法律责任。

十一、合同订立

本合同一式肆份,双方各执贰份,具有同等法律效力。本合同自双方签字盖章之日起生效,有效期至合同款项结清、所有义务履行完毕止。合同一经签订,不得擅自变更、中止或者终止合同。对确需变更、调整或者中止、终止合同的,应按规定履行相应的手续。

甲方:榆林市文化和旅游局

代表签字:



乙方:光合智旅文化发展(北京)有限公司

代表签字:



签约日期:2026.2.5