

秧歌展演媒体邀请及全媒体直播服务项目合同

甲方：榆林市文化和旅游局

乙方：陕西声媒广告文化传播有限责任公司

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，经友好协商，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、合作内容

乙方为甲方提供秧歌展演活动的媒体邀请、全媒体直播及相关配套服务，具体服务内容、标准及要求详见本合同附件一《服务清单》，该附件与本合同具有同等法律效力。

二、合作期限

合同签订之日起 90 天。

三、合同价款

本合同总价为（含税）1297800.00 元（大写：壹佰贰拾玖万柒仟捌佰元整）。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。

四、验收及付款方式

第一次付款：合同签订且甲方财政资金到位后 10 个工作日内支付乙方资金 40%，小计¥519120 元（大写：伍拾壹



万玖仟壹佰贰拾元整)。

第二次付款：活动结束后，由甲方组织专人验收合格且财政资金到位后，10个工作日内付清剩余资金60%，小计¥778680元（大写：柒拾柒万捌仟陆佰捌拾元整）。（乙方应先开具等额发票给甲方后，甲方再进行支付）。

公司名称：陕西声媒广告文化传播有限责任公司

统一代码：91610000797943208D

开户行：中信银行西安雁南一路支行

账号：7251710182200008239

地址：陕西省西安市雁塔区长安南路336号D1221室

电话：029-85236116

五、双方的权利与义务

1、甲方负责协调各项宣传项目开展的必要工作，并及时反馈修改意见给乙方。

2、甲方应在约定的时间内向乙方支付费用。

3、如果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。

4、对于违反法律法规、公序良俗或可能给甲方造成不利影响的宣传内容，甲方有权要求乙方立即修改，乙方应在收到甲方通知后24小时内完成修改并重新提交审核。

5、乙方应按规定项目完成宣传推广工作。



6、乙方负责本合同项下全部服务的具体实施，并严格按照《服务清单》约定的标准和时限完成；甲方有权对乙方的服务进行督促和检查。若乙方逾期完成服务超过3个工作日，或服务未达到约定标准经整改后仍不合格的，甲方有权单方解除合同，并要求乙方承担合同总价款20%的违约金。

7、乙方不得以甲方名义从事与甲乙双方合作项目无关的活动。

8、合作期限内乙方搜集、拍摄的所有文字、视频、图片等素材及最终成品的著作权归甲方所有；乙方仅可在自身宣传案例中使用上述素材的缩略片段用于展示，且不得用于其他商业用途。

9、乙方在服务期间自行对接联系相关工作，并且保证所涉作品为自己独立创作，未侵犯他人知识产权，所有因拍摄、播放原因形成的侵权问题由乙方负责并承担全部赔偿责任。

10、乙方服务期间的安全责任自行承担，因此给甲方造成不良影响或损失的，应向甲方承担赔偿责任，包括但不限于赔偿损失、消除影响。

六、不可抗力

因不可抗力，导致合同无法履行或者不能完全履行时，双方均不承担违约责任。不可抗力因素消除，合同是否继续履行，还是终止或者解除，双方另行商定。

发生不可抗力后，遭遇不可抗力导致不能正常履行合同



的一方应第一时间通过书面方式将详情告知对方，合同期限顺延。

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、其他

本合同一式肆份，甲乙双方各执贰份，具有同等法律效力。双方法定代表人或授权人签字并加盖双方单位公章或合同章后生效。

甲方：榆林市文化和旅游局
法定代表人（或授权代表）：



乙方：陕西传媒广告文化传播有限责任公司
法定代表人（或授权代表）：

签订日期：2026年 2月 12日



附：

服务清单

序号	名称		内容
1	媒体预热宣传		1.秧歌展演开始前，邀请央媒、省媒进行预热宣传，营造良好氛围； 2.预热宣传央媒不少于 5 家、省级媒体不少于 10 家； 3.为各级各类媒体和自媒体提供宣传素材，图文不少于 2 篇，短视频不少于 2 个。
2	专题创建和广告宣传		1.在省级重点新闻网站和新媒体客户端推出宣传专题，设置“秧歌展演”“活动安排”“直播预告”“精彩花絮”“集锦回顾”等子栏目不少于 5 个，更新不少于 30 条； 2.将秧歌展演汇演系列活动中的亮点、看点、热点在 PC 端、移动端进行多角度集纳式呈现； 3.在省级重点新闻网站的首页、新媒体客户端的首屏显著广告位置，展示宣传秧歌展演活动专题，时长不少于 1 个月。
3	媒体行	秧歌展演集中采访活动	1.组织中省媒体对启动仪式、秧歌展演、秧歌汇演三个阶段进行宣传； 2.组织邀请中省有关媒体不少于 20 家，分批次现场参与秧歌展演系列活动，其中央媒不少于 5 家，省级新闻媒体不少于 15 家。 3.协调央媒宣发图文或短视频不少于 15 条次，省级媒体宣传图文短视频不少于 30 条次。
4	融媒直播	秧歌展演古城大直播	1.秧歌展演期间，在榆林古城搭建 3~4 机位直播，含无人机位，统筹直播信号，向外推流； 2.导播及录制服务：包括导播台、信号录制、导播、摄像、现场录制等技术工种及配套线材、耗材配件，符合广电级播出标准；需配备经验丰富的技术人员 6 人以上； 3.转播配置：需配置高清 4 讯道及以上导播台，配备所需高清摄像机终端，高清字幕机，强指向话筒等；
		秧歌展演融媒大直播渠道分发	1.邀请粉丝量 1000 万级别的机构媒体账号不少于 1 个，进行网络拉流直播； 2.粉丝量 500 万级别的机构媒体账号不少于 3 个同步进行直播，粉丝量 100 万级别的机构媒体账号不少于 4 个，同步进行网络拉流直播； 3.邀请不少于 30 个媒体平台进行直播分发； 4.创新开展多视角 VR 直播不少于 2 场次。
5	媒体宣传	创新宣传	1.利用 AI 技术，生产带有 BGM 的短视频，不少于 2 个； 2.发起闹秧歌大赛，线上发动网友参与闹秧歌活动。
		中央厨房融媒体产品生产	1.组织不少于 20 人次的专业团队搭建秧歌展演媒体中央厨房，负责跟踪采写、报道专场活动，结合传统过年民俗风情，为各类媒体提供图、文、音视频等素材，整体发稿不少于 120 条； 2.活动现场附近搭建实体的媒体工作间，用于媒体记者现场办公； 3.制作短视频不低于 50 个；设计海报不低于 10 张；撰写原创图



序号	名称	内容
		文稿件不少于 20 篇；拍摄精修照片不少于 500 张。
	话题共创	打造 1~2 个全国性话题热点，并联动全国媒体进行话题共创，发布活动亮点，冲击话题流量榜单，助力全国秧歌展演活动“破圈”，相关话题浏览量达到 1 亿次以上。
6	自媒体宣传	1.邀请 1 万~10 万粉丝量的 20 个本地“自媒体”，对秧歌展演进行宣传推广； 2.邀请 10 万~20 万粉丝量的 10 个本地“自媒体”，对秧歌展演进行宣传推广； 3.拍摄制作以传承与发扬传统文化为主要内容的微短剧，总时长不少于 20 分钟； 4.30 名本地“自媒体”每人联动 1 名外地“自媒体”进行共创； 5.创作原创短视频及图文内容不少于 200 条次；在活动全周期内各平台总阅读量达到既定指标，总阅读量达到 3 亿次。
7	对外传播	在海外主要网络平台创建#秧歌展演#等话题，在省级及以上外宣平台、Facebook、YouTube、X 等海外社交账号上推出“秧歌展演”相关英文宣传短视频及图文宣传稿件。
8	信息大数据统计	1.制定专项活动预案和专家研判、数据筛选服务； 2.开通大数据系统账户，通过人工+智能技术，对相关信息进行实时统计，含 1 个账号、3 方案、200 字词库； 3.数据分析报告、专项研判报告服务。

