

2025 陕西网络文明大会宣传服务采购需求



一、采购清单

序号	分类	内容	预算(元)
1	大会宣传片	展示陕西省网络文明工作宣传片（不少于5分钟）1部	80000
2	预热宣传	邀请不少于10个文化名人、影视明星、网络大V拍摄祝贺短视频。邀请手势舞大V进行网络文明方面的手势舞创作及不少于50人的线上手势舞互动。	34000
3	文案策划 (综述文案不少于8篇)	主活动宣传文案策划2项、专题活动4项、会前综述文案2篇、会后综述文案2篇。	38800
4	设计/物料/展播渠道	长图设计、海报设计、制作推出大会相关内容H5、户外丽萍指引、户外道旗、户外活动展架、运输及安装，所涉及的物料在火车站、机场、出租车顶及大会周边电子屏进行投放	123200
5	大会短视频剪辑及平台投放	西安地铁8号线和10号线电视广告投放，针对大会主旨内容制作短视频不少于12个，并在抖音、视频号、微博等第三方平台进行流量投放，完成全平台展播量8个亿。	74000
6	媒体及氛围营造	微博、抖音等话题开设，省级媒体版面专题，自媒体、媒体交通及食宿	100000
	合计		450000

二、采购需求

(一) 媒体合作

1. 要求供应商需持有《互联网新闻信息服务许可证》。

2. 媒体筛选与邀约：邀请国内主流媒体，如《人民日报》、新华社、中央广播电视总台等，以及陕西本地媒体，如陕西日报社、陕西电视台、华商网、榆林传媒中心等参与大会报道。提前与媒体沟通，明确报道需求和宣传重点，确保媒体多样性和权威性。

3. 媒体服务：为媒体提供舒适便捷的工作环境，包括媒体工作区、采访问等。配备专业的媒体服务人员，及时为媒体提供所需的资料、信息和协助，确保报道

顺利进行。

（二）宣传内容创作

1. 主题策划与文案撰写：紧扣大会主题，策划系列宣传主题和专题报道。撰写高质量的宣传文案，突出大会亮点和特色，体现网络文明建设的重要意义和成果。

2. 创意设计：设计制作大会海报、新媒体产品等宣传资料。设计风格应符合大会主题和定位，具有吸引力和感染力，能够有效传达大会信息。

3. 视频制作：拍摄制作大会宣传视频，视频应具备高质量的画面和音效，内容生动、富有感染力，能够全面展示大会的亮点和特色。

（三）宣传渠道与传播

1. 官方网站与社交媒体平台：搭建大会专题页面，及时发布大会相关信息、软文信息、视频等内容，确保信息的及时性和准确性。定期更新网站和社交媒体内容，提高用户黏性和关注度。

2. 线下宣传：在重要场所，如机场、火车站、出租车及活动驻地周边等设置大会宣传广告、海报等，提高大会的知名度和影响力。

（四）线上活动

1. 线上互动活动：开展线上互动活动，如话题互动，吸引网民广泛参与，提高大会的参与度和影响力。

2. 积极配合所有媒体及自媒体提供大会掠影、金句切片短视频素材，负责所有线上文案的策划及撰写。全媒体、多平台、矩阵式传播。结合现场内容，策划专题访谈、新媒体产品等。

（五）宣传效果评估

1. 传播数据要求：全网发布内容（含图文、视频等）累计传播量达 8 亿。

2. 传播数据分析：通过监测工具和数据分析平台，对大会宣传的传播数据进行统计和分析，如网站流量、社交媒体关注度、媒体报道量、视频播放量等，评

估宣传效果和影响力。

3. 受众反馈收集：通过问卷调查、留言评论、现场访谈等方式，收集受众对大会宣传的反馈和意见，了解受众的需求和满意度，为进一步优化宣传工作提供参考。

