**3.1采购项目概况**

陕西省文化和旅游厅2025年境外社交媒体平台日韩语官方账号运营维护

**3.2服务内容及服务要求**

**3.2.1服务内容**

采购包1：

采购包预算金额（元）: 350,000.00

采购包最高限价（元）: 350,000.00

供应商报价不允许超过标的金额

（招单价的）供应商报价不允许超过标的单价

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 标的名称 | 数量 | 标的金额 （元） | 计量单位 | 所属行业 | 是否核心产品 | 是否允许进口产品 | 是否属于节能产品 | 是否属于环境标志产品 |
| 1 | 陕西省文化和旅游厅境外社交媒体平台日韩语官方账号宣传推广项目 | 1.00 | 350,000.00 | 项 | 租赁和商务服务业 | 否 | 否 | 否 | 否 |

**3.2.2服务要求**

采购包1：

标的名称：陕西省文化和旅游厅境外社交媒体平台日韩语官方账号宣传推广项目

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  序号 |  参数性质 |  技术参数与性能指标 |
| 1 |  | **一、项目介绍**为进一步增进海外市场对陕西文化和旅游的了解，提升陕西文化和旅游海外知名度和美誉度，拟在2025年6月至12月，共7个月期间继续开展2025年境外社交媒体日韩语官方账号宣传推广，运营维护Facebook、X、Instagram等3个平台的日语、韩语共6个官方账号“游陕西”。运营期间负责官方账号日常维护、管理，线上线下活动策划、组织、实施，媒体公关广告发布等工作。要求增加粉丝数量，提高互动率，扩大覆盖人群。**二、服务内容及要求****（一）数据调研**进行各平台账号粉丝画像，调研粉丝的年龄、性别、内容喜好等。对日韩两国民众感兴趣的中国（陕西）文化和旅游内容摸底，并于一个月内完成调研报告提交采购人，以便后期有针对性创作内容，精准传播。调研报告包括账号运维期间的工作计划及方案。**（二）内容生产****1、内容创作要求**（1）系统体现陕西文化和旅游资源特色，包括自然、历史、民俗、非遗、艺术、美食、节庆等各个方面。（2）提供游客需要的实用性信息。（3）内容资料采集、撰写、拍摄、编辑等。（4）内容符合目标市场特点，无版权问题。（5）每周将下周发布的帖文提交给采购人审核。**2、粉丝及贴文**各项指标要求（KPI）见下表。其中，Instagram日韩语账号的IG story各不少于7条。

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 国别 | 平台名称 | 新增粉丝量（万） | 帖文数量（每天） | 互动增长量（万） | 触及数（万） |
| 日本 | Facebook | ≥4 | ≥1条 | ≥3 | ≥30 |
| X | ≥1 | ≥2条 | ≥1 | / |
| Instagram | ≥2 | ≥4幅 | ≥1 | / |
| 韩国 | Facebook | ≥4 | ≥1条 | ≥3 | ≥30 |
| X | ≥1 | ≥2条 | ≥1 | / |
| Instagram | ≥2 | ≥4幅 | ≥1 | / |
| 合 | 合计 | ≥14 | ≥14 | ≥10 | 60 |

**3、页面设计更新**每个平台至少3次页面设计更新（包括但不限于版式、封面等），配合季节、重点节庆调整封面设计。**（三）粉丝管理及业内互动**1、管理并维护专页，每天及时回答贴文，回复率达到95%以上，内容诚恳客观，灵活幽默，不能千篇一律。2、各平台的互通互联、相互协作，与相关机构平台加强协作，建立友好关系。**（四）广告投放**1、媒体公关。配合线上线下活动和陕西省的大型宣传活动，进行日韩市场媒体公关，策划线上线下目标市场主流媒体稿件发布、热点宣传等。主流媒体发布软文不少于5篇（日韩共5篇），平均每篇不少于100家媒体转发。2、各平台针对高质量帖文精准投放广告，评估投放效果。**（五）线上线下活动**策划主题营销活动。依托社交媒体，在目标市场策划、举办大型营销活动。1、线上活动，全年策划28场线上活动（日韩各14场），以问答、游戏、赠送奖品等形式提高粉丝参与活动积极性。与景区、饭店、旅行社、文化和旅游演出公司、文创产品开发公司等企事业单位合作，鼓励线下企事业单位积极参与。2、线下活动，全年策划1场线下活动（日韩共1场），提前提交策划方案，方案包括时间、地点、人员邀请，详细流程，物料设计等。方案经采购人认可后方可具体实施。实施过程中需生成文字、图片、视频等素材，进行整理后在各个账号发布。同时通过国内外主流媒体进行二次传播报道。如因不可抗力或采购人认可的原因导致线下活动不能举办，则应置换为双方可接受的等值服务。**（六）网络安全管理及危机公关**应配合采购人完成网络安全等级保护制度的落实。要确保项目涉及账户及资料的安全，并对造成采购人境外社交媒体产生负面影响的危机事件及时进行处理。危机事件包括并不限于以下情况：1、密级或敏感或非密级资料的泄漏；2、黑客攻击或非法入侵事件、病毒安全紧急处置等；3、本项目重要信息基础建设及核心业务运作遭影响或系统停顿，无法于可容忍中断时间内恢复正常运作；4、网站、网页出现不良、非法言论等；5、改动图文及版面、紧急发帖删贴、用户投诉、或资料遭窜改等；供应商在发现危机事件后应即时通报采购人，同时迅速采取处理措施，消除影响。若采购人认为有必要，双方共同协商处理。处理完成后供应商应向采购人及时书面通报。如果发生“封号”等重大恶性危机事件，直接扣款50%。**（七）数据分析管理**1、每月提供各项指标完成情况（以后台各项数据截图为准）。2、每季度提供基本数据详细分析报表，包括分类分析及相关互动比率分析、粉丝增长数据分析、投放市场分析、最受关注贴文及话题总结等。3、根据采购人要求及时提供相应数据。4、总结问题并提出改进策略。**（八）人员配备**为项目配备专职、稳定的团队保证工作顺利执行，需明确团队架构和工作人员职责。翻译人员必须持有日语或韩语的笔译证书（CATTI二级以上），保证帖文语言质量。**（九）接入服务**供应商须提供采购人能够24小时浏览官方账号必备的互联网接入服务及1套硬件设备。**（十）所有权**各平台涉及的账户、图文视频资料、应用程序、广告投放、活动设计方案等相关内容所有权归属采购人。服务期满前，需将相关资料提交采购人。**（十一）项目结案材料**供应商应于项目完成之日起30日内向采购人递交项目结案材料。包括：1、帖文分析、传播效果报告及广告播出报告；2、活动报告（参与活动人数人次、媒体公关稿件、现场图文资料、活动总结等）；3、提供年度执行总结报告，总结报告需按各阶段执行情况分别进行总结，并量化宣传效果；4、汇总整理项目涉及的各类图文视频、电子文本，并提交存有上述资料的移动存储设备。**（十二）交接**项目执行期结束后，免费顺延基础维护服务不少于2个月，以确保在合同期满后至下一年度招标前账号安全。**（十三）其他**1、服务项目执行内容需要调整时，经采购人同意后，可以对相应的项目局部进行调整。**三、知识产权**乙方应保证采购人在使用合同产品或其任何一部分时不受第三方提出侵犯知识产权的起诉。如果任何第三方提出侵权指控，投标人须与第三方交涉并承担可能发生的一切费用及法律责任，并且对采购人造成的损失给予赔偿。**四、安全保障**在开展相关活动时造成安全事故、人身财产损失的，均由投标人承担相应责任与赔偿。由于投标人原因致使采购人卷入诉讼，采购人因诉讼产生的相关费用（包括但不限于赔偿金、诉讼费、律师代理费等）由投标人负担。**五、保密** 陕西省文化与旅游厅日韩境外社交媒体Facebook、X、Instagram官方账户用户名、密码、用户个人资料数据库等与本合同相关的一切知识产权归采购人所有。投标人不得以其他任何方式侵犯采购人商业秘密。若投标人侵犯采购人的知识产权或商业秘密，则应赔偿给采购人造成的一切损失，并支付合同总价5％的违约金。 |