| **序号** | **服务项目** | **服务要求** |
| --- | --- | --- |
| 1 | “石渠书榜”之“老陕最爱读的书”专题系列活动 | “石渠书榜”之“年度老陕最爱读的书”榜单的评选及发布；推介展的设计、制作、展陈等，在省图书馆（新馆、老馆）两处进行布展、推介；举办5场“石渠书榜”之“老陕最爱读的书”线下推介会。 |
| 2 | “陕西文化大讲堂”系列主题讲座 | “陕西文化大讲堂”系列主题讲座，举办5场有关历史、科技、考古、艺术等方面的讲座；负责邀请主讲嘉宾，主讲嘉宾须为知名专家、学者，须为副高级职称以上；讲座采取线上、线下同时进行的方式举办，负责每场讲座的组织、执行、宣传及现场直播；负责嘉宾的讲座费用；负责每场主题讲座的海报设计及制作。 |
| 3 | 全省公共图书馆非遗手工制作体验 | 撰写活动方案；负责每场主题活动的海报设计及制作；完成活动宣传稿件的编辑、制作和刊发，每场活动进行1场宣传报道；邀请非遗传承人或民间手工艺者；组织开展5-8场非遗手工制作体验活动；负责非遗传承人或民间手工艺者的讲课费用及手工制作体验的活动物料费。 |
| 4 | 陕西省公共图书馆志愿服务项目展示 | 面向全省各级公共图书馆征集阅读推广、特殊群体服务、古籍保护等方面的志愿服务项目；对征集的志愿服务项目的资料进行汇总和审核；推选出10至12个优秀项目团队；进行不少于10期的宣传和展示，包括文字和图片等。 |
| 5 | “蒲公英绘本故事”走基层 | 撰写活动方案；完成活动宣传稿件的编辑、制作及刊发；负责从全省公共图书馆选派和推荐10名优秀讲读员；在图书馆、幼儿园或小学，组织开展20场绘本故事讲读活动；每位讲读人进行1期综合宣传报道，共10期。 |
| 6 | “2025年中华传统晒书”等系列古籍活动 | 选取100副左右碑帖拓本实物，开展不少于5天的陕西历代金石碑帖展（同步举办线上展）；组织读者开展中华传统碑帖传拓、雕版印刷等系列体验活动；从馆藏古籍中选取陕西省特色金石典籍与碑帖拓片进行展览（同步举办线上展）；举办1场“古籍知识分享课”；邀请3位知名学者给读者做关于碑帖拓本在书法篆刻、史料文献、古文字学及传拓技艺等方面历史价值的专题报告。 |
| 7 | “松柏计划”营养健康知识适老化服务主题活动 | 撰写活动方案；完成活动宣传稿件的编辑、制作及刊发；邀请省、市营养学会专家；在公共图书馆举办共5场适老化医学科普及营养健康讲座；负责专家的讲座费用；每场活动进行1期宣传报道，共5期。 |
| 8 | 陕西省公共数字文化工程公开课成果展播活动 | 活动将精选出的一系列数字文化课程，在线上进行集中展示和宣传。 |
| 9 | 陕图文化助盲公益活动 | 推荐优秀作品在陕西广播电台残疾人专题栏目、喜马拉雅、省图书馆微信公众号等平台同步展播；策划组织1场线下助盲活动。 |
| 10 | 活动成果册 | 整体内容框架的搭建；第十三届陕西省阅读文化节的活动总结撰写、编辑；全省各地市阅读文化节活动总结撰写、编辑；阅读文化节各重点活动的总结撰写；成果册图片的整理和编辑、信息核对；成果册板式设计及编辑校对；成果册的印刷、装订。成果册的页码不少于124P。 |
| 11 | 活动宣传及推广 | 撰写活动的宣传方案，确定相关的宣传平台，进行全方位、立体式的宣传和报道。报道的平台包括报纸、网站、电视台、微信公众平台、抖音号、视频号等，全网宣传流量需达到60万人次以上。①现场直播及平台推流陕西文化大讲堂系列讲座的5场活动均采用线上直播和平台推流进行宣传。②微信公众号宣传平台省图书馆的微信公众号平台，全省各级公共图书馆公众号平台、省文化和旅游厅的官方公众号。③视频号和抖音号省文化和旅游厅、省图书馆的官方视频号和抖音号、活动专用视频号等。④宣传手册：陕西省公共图书馆志愿者项目宣传册⑤线下展览宣传“石渠书榜”之“年度老陕最爱读的书”推介展。⑥纸媒媒体：中国文化报、陕西日报、西安日报、西安晚报、华商报、文化艺术报等⑦网络媒体：新华网、人民网、腾讯大秦网、 凤凰网、搜狐网、华商网、西安发布等⑧电视台：陕西融媒体中心、西安融媒体中心等⑨门型展架、海报、招贴画等设计及制作。⑩蒲公英绘本故事走基层活动、全省公共图书馆非遗手工制作体验、松柏计划——陕西省公共图书馆营养健康知识适老化服务主题活动和陕西省公共图书馆志愿服务项目展示等活动，在微信公众号推出不少于42期的宣传内容。⑪同时，对每场活动进行现场拍摄，并剪辑制作视频，在省图视频及活动专用视频号上推送不少于30期的短视频宣传。 |
| 12 | 活动总结阶段 | ①整个阅读文化节活动所有文字、图片、视频资料的收集、汇总及整理。②每项活动概况的统计、分析及总结。 |
| 13 | 执行团队 | 活动负责人及项目执行人具有媒体从业经历；具备较强的文字撰写能力；有较强的策划能力；策划执行过省、市级以上大型阅读推广及文旅活动；核心执行团队不少于6人，具有丰富活动组织、执行、宣传能力，承担过多次省、市大型阅读推广活动。 |