

陕西省福利彩票发行中心
关于开展抖音新媒体营销宣传项目

合同书

甲方：陕西省福利彩票发行中心

乙方：西安星辰云数据科技有限公司

甲方：陕西省福利彩票发行中心

乙方：西安星辰云数据科技有限公司

依据《中华人民共和国民法典》和《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国政府采购法实施条例》,陕西省福利彩票发行中心“关于开展抖音新媒体营销宣传项目”(项目编号: ZX2026-06-27)组织竞争性磋商,甲乙双方为明确各自的利益和义务,根据《中华人民共和国民法典》以及国家有关法律规定,就本次“关于开展抖音新媒体营销宣传项目”有关事宜达成如下合作:

一、项目名称

陕西省福利彩票发行中心关于开展抖音新媒体营销宣传项目。

二、项目内容和范围

乙方将为甲方进行“关于开展抖音新媒体营销宣传项目”新媒体营销宣传方案的内容制作和新媒体发布服务。

2.1 合作期限:

自合同签订之日起一年内在有效,具体投放时间及内容根据甲方要求决定,每次投放以甲方签书面投放单为准。

2.2 投放方式:

统一采购,分段投放。具体分段方式及每个阶段的持续时间由甲方指定。

2.3 投放时间:

具体日期由甲方根据需要指定。

2.4 投放渠道及内容:

每阶段投放对应独立的活动内容,甲方委托乙方进行投放内容的设计、制作,投放平台及数量要求见下表:

发布媒体	投放形式	发布时间 (服务期内)	投放规格	投放量
抖音信息流广告	信息流广告(图文) 定向西安	60 天	200cpm/天	12000cpm
抖音开屏广告	开屏广告定向西安	5 天	100cpm/天	500cpm
抖音品牌专区	标准品专	6 个月	CPT 包月	
抖音话题页	活动话题	一年	个	1

(备注：以上媒体可根据甲方工作需要进行调整，在上述媒体中进行等价资源替换。项目完成后，乙方必须提供所有真实、合法、有效并符合国家法律法规的播出证明，并根据甲方要求提供完整盖章的验收报告)

三、合同金额及支付方式

3.1 本合同总金额为人民币(大写：玖拾柒万元)，(小写：970000.00 元)。

(注：该合同总金额为固定总价，包含所有设计、制作、媒体购买、第三方协调费用等完成该项目的全部费用，不受市场因素等影响。)

3.2 支付方式：银行转账

账户名：西安星辰云数据科技有限公司

开户行：招商银行股份有限公司西安小寨支行

账号：129915144610801

3.3 结算方式：乙方应持中标通知书、合同与甲方结算。每次付款前乙方必须向甲方开具本次付款的全额增值税普通发票。

(1)合同签订生效，达到付款条件起 20 个工作日内，支付合同总金额的 40.0%，即人民币(大写：叁拾捌万捌仟元)，(小写：388000.00 元)；

(2)乙方完成本项目 40%以上的投放工作，提供相应真实、合法有效并符合国家法律法规的投放证明，达到付款条件起 20 个工作日内，支付合同总金额的 40.0%，即人民币(大写：叁拾捌万捌仟元)，(小写：388000.00 元)；

(3)完成本合同全部投放要求后，并提供验收资料，经甲方验收合格并组织专家进行评审通过后，达到付款条件起 20 个工作日内，支付合同总金额的 20.0%，即人民币(大写：壹拾玖万肆仟元)，(小写：194000.00 元)。

四、质量保证

4.1 乙方必须按甲方要求的时间和媒体投放平台提供服务。

4.2 乙方在项目执行过程中需要调整时，经甲方同意后，可以进行相应调整，并协助确定变更、调整后的款项计算方法和服务期顺延等事宜。

4.3 甲方认为乙方的创意不符合要求，乙方应根据甲方要求进行调整或修改直至达到甲方要求，如乙方经三次修改仍无法满足甲方要求的，甲方有权解除合同，乙方应退还全部已经收取款项，且按照合同总价款的 20%向甲方支付违约金。

4.4 乙方承诺创意具有适销性、可操作性，同时乙方应保证其提供的创意合法且不侵犯第三人包括知识产权在内的相关合法权益，如乙方提供内容侵犯任何第三方知识产权导致甲方遭

受损害的由乙方承担全部的责任包括但不限于甲方向第三方支付赔偿款等。

4.5 乙方应当保证所提供的服务及任何一部分均不会侵犯任何第三方的专利权、商标权及著作权。

4.6 本合同终止后，乙方不得再使用或许可第三方使用甲方提供的信息资料，否则即构成侵权，应当向甲方承担赔偿责任，赔偿金额按照合同金额 20% 计取，如该金额无法赔偿甲方实际损失的，应按照甲方实际损失向甲方支付赔偿款。

4.7 乙方在合同签订后，应按照甲方要求的时间将策划内容、视频脚本、文案提交甲方审核，通过甲方审核后的文案、内容才可进行投放。

五、违约责任

5.1 甲方和乙方在此同意，不向任何第三方提供，或告知与对方业务经营相关的专有信息，以及与本协议相关的任何信息。否则将视为失信行为，应当向对方承担相应的违约责任，违约金视违约情况由双方协商决定。

5.2 乙方不得在任何时间泄漏、透露或者以其它方式给任何第三方提供任何有关甲方事业或商业或者任何关于甲方的机密信息或它的用户的信息。且此义务不因本合同的终止而终止。

5.3 若乙方的创意或服务侵犯第三人包括知识产权在内的其他合法权益的，甲方有权解除本合同，乙方应当赔偿甲方因此所遭受的损失，该损失包括但不限于甲方向权利人支付的赔偿金，为解决该侵权事宜而支出的律师费、诉讼费、交通费等费用。

5.4 依据《中华人民共和国民法典》的相关条款和本合同约定，乙方未按照合同约定的天数及频次发布广告或发生其他违约情形的（包括但不限于未按合同要求及期限提供设计方案及制作内容），每延迟一天交付期，乙方支付合同总价款的 1% 作为违约金，违约金上限不超过合同总价款的 20%，违约金不足以弥补损失的，乙方仍需承担赔偿责任；如果上述情况导致甲方合同目的未能实现，甲方有权会同监督方终止合同。甲方违约的，应当赔偿给乙方造成的经济损失。

5.5 除本合同另有约定外，乙方违反本合同其他义务、责任的，均视为违约行为。如造成任何对甲方的损害或不利影响，将由乙方承担全部的经济损失和法律责任，包括但不限于律师费、诉讼费、保全费、保险费、鉴定费等甲方为实现债权所产生的全部费用。

六、安全责任

本项目实施过程中涉及的与乙方有关的人员安全问题由乙方承担。

七、争议解决方式

合同执行中发生争议的，当事人双方应当协商解决。协商达不成一致时，可向甲方所在地

有管辖权的人民法院提起诉讼。

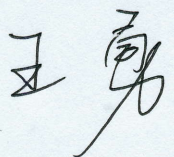
八、合同生效

8.1 本合同双方法定代表人或授权人签字并加盖单位公章后生效。

8.2 本合同一式伍份，甲方叁份，乙方壹份，代理机构壹份，具有同等法律效力。

8.3 甲乙双方确认，本合同签署页中载明的双方联系人、地址、电话等信息为双方的有效送达地址，用于甲乙双方在履行本合同过程中发送、接收往来邮件、函件、通知等，以及发生诉讼时所有法院诉讼文书的送达；如相关文书因地址电话错误、查无此人、拒收等原因被退回，则退回之日视为文书、函件送达之日。任何一方变更本合同所列通讯信息的，应在变更后3日内书面通知对方，未及时通知的，视为原信息仍然有效，由未通知一方承担不利后果。

(以下无正文，为本合同签署页)

甲方：陕西省福利彩票发行中心	乙方：西安星辰云数据科技有限公司
 (盖章)	 (盖章)
地址：西安市未央路副 102 号社会福利大楼	地址：西安曲江新区翠华路 105 号翠华里游学馆 2 层
邮编：710018	邮编：710000
法定代表人（或被授权代表）： 	法定代表人（或被授权代表）： 
联系人：吴婷	联系人：王戎
电话：029—65652535	电话：15002677337
日期：2026 年 7 月 23 日	日期：2026 年 7 月 23 日
鉴证方：陕西正信招标有限公司	
 (盖章)	
日期：2026 年 7 月 23 日	

附件 1-成交通知书

中标（成交）通知书

项目编号：ZX2026-06-27



西安星辰云数据科技有限公司：

陕西省福利彩票发行中心于 2026年06月29日就 关于开展抖音新媒体营销宣传项目（项目编号：ZX2026-06-27）进行 竞争性磋商采购，现通知贵公司中标（成交），请按规定时限和程序与采购人签订采购合同。

中标(成交)合同包号	合同包1
中标(成交)合同包名称	关于开展抖音新媒体营销宣传项目
中标(成交)金额(元)	970,000.00
合计金额(大写):玖拾柒万元整	



根据《陕西省财政厅关于加快推进我省中小企业政府采购信用融资工作的通知》（陕财办采〔2020〕15号）和《陕西省中小企业政府采购信用融资办法》（陕财办采〔2018〕23号）文件要求，为助力解决政府采购成交供应商资金不足、融资难、融资贵的困难，促进供应商依法诚信参加政府采购活动，有融资需求的供应商可登录陕西省政府采购网—陕西省政府采购金融服务平台（<http://www.ccgp-shaanxi.gov.cn/zcdservice/zcd/shanxi/>），选择符合自身情况的“政采贷”银行及其产品，凭项目中标（成交）结果、中标（成交）通知书等信息在线向银行提出贷款意向申请、查看贷款审批情况等。

附件 2-其他服务

一、月度深度投放数据分析报告

（一）服务内容

区别于常规投放数据台账，本报告围绕公益宣传核心目标，对每月投放数据进行多维度深度拆解与归因分析，不仅呈现数据结果，更输出可落地的优化方向，具体分析维度包括：

（具体根据实际投放中产生数据展开分析）

1. 整体投放效果复盘

汇总月度总曝光量、触达用户数、点击率、完播率、互动率等核心指标，对比月度目标完成进度，评估整体投放效能；

2. 素材效果维度拆解

按公益主题（扶老 / 助学 / 助残 / 济困）、素材形式（图文 / 短视频）、内容风格（场景叙事 / 数据科普 / 节点主题）分类统计效果差异，提炼高点击率、高完播率、高互动量素材的共性特征，总结优质内容方法论；

3. 地域触达效果分析

细分西安各区县的触达量级、覆盖浓度、用户互动表现，评估不同区域的宣传渗透效果，识别高潜力传播区域；

4. 用户互动反馈分析

梳理月度评论区、私信端的用户反馈，分类统计用户疑问、正面评价、建议意见，总结用户对公益宣传内容的接受度与核心关注点；

5. 下月优化策略建议

基于本月数据结论，从素材创意、定向设置、投放节奏、内容主题四个维度，给出具体可落地的下月投放优化方案。

（二）服务价值

突破“只投数、不分析”的基础投放服务模式，通过深度数据拆解帮助采购人清晰掌握投放效果、了解用户偏好、沉淀优质内容规律，实现投放效果的逐月迭代提升，让每一次曝光都有据可依、有迹可循。

二、全年公益营销节点日历与投放策略建议

（一）服务内容

结合福利彩票“扶老、助残、救孤、济困”的发行宗旨，联动全国性公益节点、陕西

本地特色节点与重要民生节日，梳理形成全年度公益营销节点日历，并对应给出适配抖音平台的宣传策略建议，具体包括：

1. 核心节点全覆盖

涵盖全国助残日、中华慈善日、重阳节、六一儿童节、国庆节、春节等 20 + 个重点公益与民生节点，标注每个节点的公益属性、宣传适配度与优先级，分为 A 级核心节点、B 级重点节点、C 级常规节点三级管理；

2. 节点专属策略建议

针对所有 A 级核心节点，配套提供专属宣传方向建议，包括核心公益主题、内容创意方向、适配广告产品、推荐投放节奏、预算配比参考，贴合节点氛围强化公益传播感染力；

3. 陕西本地特色适配

融入陕西本地特色公益活动、民生节日（如陕西慈善周、重阳节本地敬老习俗、春节陕派年味场景等），打造贴合本地用户认知的节点宣传切入点，提升本土用户共情度；

（二）服务价值

帮助采购人提前规划全年公益宣传节奏，避免临时策划的仓促与盲目；通过节点化、体系化的宣传布局，持续传递福彩公益形象，让公益宣传有节奏、有重点、有章法。

三、其他省份彩票行业优秀活动案例参考

（一）服务内容

筛选全国范围内合规性强、公益属性突出、抖音端传播效果优异的福彩公益宣传优秀案例，进行深度拆解与本地化适配分析，为陕西福彩公益宣传提供参考借鉴，具体内容包括：

1. 案例筛选标准

优先选取省级福彩官方发起、以公益传播为核心、抖音端为主要传播阵地、无违规宣传内容、有明确传播效果数据的标杆案例，覆盖公益助学、敬老助老、助残帮扶、公益科普等多个主题；

2. 案例深度拆解

每个案例从项目背景、核心公益主题、抖音端传播玩法、内容创意亮点、投放策略组合、最终传播效果等维度进行完整拆解，提炼可复用的经验方法；

3. 本地化适配建议

结合陕西本地用户特征、地域文化与陕西福彩品牌定位，针对每个案例给出“本地化落地改造建议”，说明哪些玩法可以直接借鉴、哪些需要结合本土特色调整，降低采购人试错成本；

4. 合规风险提示

针对每个案例的玩法，同步标注宣传合规注意事项，明确哪些环节需要重点把控合规底线，保障借鉴过程不触碰监管红线。

（二）服务价值

拓宽公益宣传思路，借鉴行业成熟经验与优秀玩法，为陕西福彩抖音公益宣传注入创新活力；通过前置的合规提示与本地化适配，让案例参考更安全、更落地，避免生搬硬套。

四、标准化全套验收资料整理归档服务

（一）服务内容

严格按照政务类项目档案管理与验收标准，对项目全周期所有资料进行标准化整理、分类与归档，形成完整、规范、可追溯的项目档案包，减轻采购人验收资料整理工作量，具体归档内容可分为以下模块：

1. 项目管理类档案

包括项目需求、双方沟通会议纪要、项目进度跟进表等全流程管理资料；

2. 素材产出类档案

包括所有交付的图文、视频素材源文件与成品文件、素材版本迭代记录等，按主题与时间分类整理；

3. 投放执行类档案

包括投放数据、平台官方投放凭证、账户操作记录等执行类资料；

4. 阶段汇报类档案

包括各月度 / 季度数据分析报告、阶段工作汇报、节点宣传总结报告等汇报类文件；
总体验收类档案：包括项目总执行总结报告、全周期投放数据汇总报告、项目成果总结、验收自评表等验收核心资料。

（二）服务价值

全程标准化归档，确保项目资料完整、规范、可追溯，完全适配政务项目审计、验收、归档要求；大幅减轻采购人资料整理的工作量，保障项目验收高效顺利完成。

五、福利彩票宣传培训赋能课程（2 套）

（一）服务内容

为赋能陕西福彩内部团队公益宣传专业能力，我方免费制作 2 套定向适配福彩行业的培

训课程 ppt，覆盖合规风控与投放运营两大核心方向，具体课程内容如下：

课程一：《陕西福彩抖音商业运营技巧与优秀案例解析》

本课程聚焦福彩新媒体宣传的“安全阀”与“流量池”，在剖析抖音平台针对彩票类内容的合规红线与敏感词规避策略基础上，系统教授抖音彩票行业可用的商业化技巧；通过拆解全国及陕西本地的优秀爆款案例，帮助学员掌握如何将“卖彩票”转化为“讲公益、传文化”，在不触碰监管底线的前提下，低成本打造具有陕西福彩特色的门店 IP。

课程二：《玩转抖音直播从这里开始》

针对福彩站点“想播不敢播、播了没人看”的痛点，本课程教授直播间场景搭建、设备调试与安全话术体系，重点演练如何在严禁线上售彩的框架下，通过即开票趣味展示、玩法科普与公益故事分享实现高效互动与留人；同时提供标准化的直播脚本与突发状况应对预案，赋能一线人员利用直播引流到店、拉近客情关系，真正让直播间成为线下站点的“云招牌”。

（二）服务价值

赋能采购人内部团队，提升公益宣传的合规意识与抖音投放基础运营能力，不仅服务本次项目，更能为陕西福彩长期的抖音公益宣传储备内部能力，实现“授人以渔”的长效价值。

六、陕西福彩公益主题活动创意策划方案（1 次）

（一）服务内容

根据采购人的宣传需求，针对 1 场线上公益主题宣传活动，提供完整的创意策划方案。方案全程贴合福彩公益属性与陕西本土特色，严格遵守合规要求，不涉及任何购彩诱导内容，具体策划内容可包括：

活动核心定位：明确活动的公益主题、核心目标、传播周期与适配场景，贴合陕西福彩品牌定位；

核心创意设计：打造有记忆点、有传播力的活动核心创意，结合陕西本土文化元素与公益场景，提升本地用户参与感与共情度；

抖音端传播玩法：设计适配抖音平台的传播玩法，比如公益话题挑战赛、公益故事征集、公益知识科普、公益人物纪实等，明确内容方向、互动机制、参与门槛；

投放节奏规划：给出活动全周期的投放节奏建议，包括预热期、爆发期、收尾期的投放重点、素材配比、预算分配参考；

（二）服务价值

为陕西福彩提供创新的公益活动思路，打造有温度、有传播力的公益宣传活动，跳出常规硬广的宣传模式，进一步提升陕西福彩的公益品牌形象与用户好感度。