

政府采购项目

西安图书馆 2026 年度服务外包项目

项目编号: SYZB-2026-021

甲方: 西安图书馆

乙方: 西安群书教育科技有限公司

甲方(采购人): 西安图书馆

乙方(供应商): 西安群书教育科技有限公司

鉴证方: 陕西朔宇项目管理有限公司

采购代理机构(鉴证方)陕西朔宇项目管理有限公司就甲方所需服务,按照政府采购程序组织招标,确定乙方为2026年西安图书馆服务外包项目(项目编号:SYZB-2026-021)的成交供应商。根据《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国招标投标法》、《中华人民共和国民法典》,甲乙双方经过协商,达成如下条款。

一、项目概况

- 1.项目名称:2026年西安图书馆服务外包项目
- 2.项目地点:西安图书馆指定场馆及相关区域(具体以甲方书面通知为准)。

二、采购服务内容及标准

乙方应按照竞争性磋商文件及甲方要求,提供以下四项服务,服务标准需符合国家相关标准、行业规范及甲方具体要求,确保服务质量达标、合规有序,具体如下:

(一) 图书整理服务

- 1、服务范围:甲方指定区域内的图书的接收、分类、典藏、上架、排架、整理、除尘、消毒、剔旧及馆际互借还回图书处理等相关工作,具体范围为:

(1) 少儿服务区

该区域借阅流通服务管理工作、解答读者专业性咨询服务、协助读者查找图书、各类自助设备、检索设备、多媒体设备等设备使

用的读者指导、协助馆方完成图书接收、协助剔旧、图书消毒、排架、整架工作、读者投诉处理，收集读者意见反馈有关部门。

(2) 中文图书借阅区（二层）

提供自助借还机等读者使用指导，归还图书分拣、读者咨询、读者导读等借阅流通服务管理工作；负责读者投诉处理，收集读者意见反馈有关部门；解答读者专业性咨询服务；协助读者查找图书；协助馆方完成图书接收、馆藏调整、协助剔旧工作；图书消毒、排架、整架等工作；

2、服务标准：

(1) 服务区域和内容：一楼少儿服务区图书整理；二楼中文图书借阅区图书整理；

(2) 上架排架：图书上架及时、无积压，架位整齐，书脊与书架外沿持平，图书倾斜角度不超过5度，排架准确，错架率不超过3%（含）；

(3) 日常整理：每日对在架图书进行巡查整理，及时纠正错架、乱架，每周组织一次架位整理和排架纠错，每月组织一次全区域架位整理；读者归还图书当天完成上架，无遗漏，当月漏检数量不高于当月图书归还量的万分之一；

(4) 消毒除尘：图书入库、上架前必须进行消毒处理，做到应消尽消；定期对在架图书、书架进行除尘，确保无明显灰尘；

(5) 剔旧修补：按照甲方规定的剔旧标准，对破损、残缺、过时的图书进行筛选、登记，经甲方确认后完成剔旧；对轻微破损的图书进行修补，确保修补后不影响阅读和馆藏；

(6) 其他：配合甲方完成图书盘点、移库等临时性图书整理工



作，做好相关记录，确保账实相符。

（二）阅读推广服务

1、服务内容：

协助图书馆（主馆区域内）承担讲座、展览等阅读推广活动的策划、现场拍摄及后期制作，并达到馆方要求。制作活动宣传视频、纪录片或短视频，满足图书馆宣传需求，确保成片质量符合图书馆的品牌形象和传播要求；对拍摄的原始素材进行分类、整理和归档，便于后续使用；建立和维护图书馆的影像资料库。

2、服务标准：

（1）活动策划：根据图书馆部署，协助天禄讲坛、全民读书周、陕西省阅读文化节、春节、五一、十一及寒暑假等重大项目、节点活动整体策划；每季度至少策划3场大型阅读推广活动，每月至少策划7场中小型阅读推广活动，全年活动总数不低于100场；活动方案需贴合图书馆定位，突出文化特色，具有创新性和吸引力，方案需提前15个工作日提交甲方审核，审核通过后方可实施；

（2）活动实施：活动组织有序，流程顺畅，提前做好宣传、报名、场地布置、物料准备、人员安排等工作；活动现场秩序良好，安全可控，无安全事故发生；

（3）活动效果：确保活动达到甲方预期活动效果，活动结束后1个工作日内提交活动总结（含参与人数、现场照片、读者反馈等）；

（4）其他：配合甲方完成各类阅读推广相关的咨询、引导服务，收集读者对阅读推广活动的意见和建议，不断优化活动方案。

（三）宣传报道服务



1、服务范围：西安图书馆的日常宣传工作，包括官方微信公众号、视频号等渠道的日常运维、宣传推广。

2、服务标准：

(1) 日常宣传：每周至少发布 14 条图书馆日常运营、馆藏推荐、阅读知识等相关宣传内容，内容积极健康、贴合图书馆定位，语言简洁生动，排版美观；

(2) 活动宣传：每一场阅读推广活动及图书馆重要活动，需提前 3-5 个工作日进行预热宣传，活动结束后 24 小时内发布活动回顾，宣传内容需包含活动亮点、现场照片/视频、参与情况等；

(3) 渠道运营：协助各宣传渠道的日常维护及创建视频号运营信息任务，及时回复读者留言、咨询，提升渠道活跃度；每月统计各渠道宣传数据（含阅读量、点赞量、转发量、粉丝增长数等），提交甲方审核；

(4) 宣传质量：宣传内容需真实、准确，无虚假信息、违规内容；宣传材料（海报、推文、视频等）需经甲方审核通过后方可发布，确保符合图书馆品牌形象；

(5) 其他：协助完成重大项目、节点、特色馆藏的宣传报道工作，根据甲方需求调整宣传策略和内容，提升图书馆的社会影响力。

(6) 全年完成中央级媒体（人民日报、新华社、中国文化报、央视）宣传报道不少于 5 篇、省级媒体（陕西日报、陕西电视台）宣传报道不少于 10 篇，本地媒体（西安日报、华商报、西安发布、古城先锋）宣传报道不少于 20 篇，报道内容需贴合图书馆工作实际、突出文化特色，符合央媒、省媒发稿规范，确保内容

真实准确、格式合规，相关报道成果需提交甲方审核备案。

（四）文创策划服务

1、服务范围：围绕西安图书馆的馆藏特色、文化内涵，策划、设计图书馆文创产品，包括但不限于文具、书籍周边、纪念礼品、非遗结合产品等，同时配合甲方完成文创产品的推广等工作。

2、服务标准：

（1）产品策划：全年至少策划1款文创产品并制作200份样品，产品需贴合图书馆文化特色，兼具实用性、观赏性和纪念性，避免同质化，策划方案（含产品设计图、材质、价格预算、市场定位等）需提交甲方审核，审核通过后方可推进；

（2）设计质量：文创产品设计需美观、新颖，符合大众审美，设计细节完善，无侵权风险（乙方需保证设计作品的原创性，若出现侵权纠纷，由乙方承担全部责任）；

（3）推广辅助：配合甲方完成文创产品的宣传推广、线下展示等工作，提供产品介绍等相关支持，助力文创产品推广；

（4）反馈优化：收集读者对文创产品的意见和建议，结合市场需求，对文创产品策划、设计进行优化调整，提升产品认可度；

（5）其他：配合甲方完成文创产品的盘点、入库等相关辅助工作，做好相关记录。

三、组成本合同的文件

服务合同、中标通知书。

四、合同价款

1.合同金额（大写）：人民币壹佰肆拾捌万陆仟贰佰元整
（¥ 1486200.00 元）。

2.合同总价即成交价，不受市场价变化或实际工作量变化的影响。

五、项目服务期：2026 年度。

六、付款方式

1、签订正式合同后，乙方开具相应金额发票给甲方后，甲方在 30 个工作日内支付合同总金额 50%款项即人民币柒拾肆万叁仟壹佰元整（¥ 743100.00 元）给乙方。

2、甲方在 2026 年 9 月 30 日前，组织人员对本项目进行验收，经验收合格，乙方开具相应金额发票给甲方后，甲方支付合同总金额 25%款项即人民币叁拾柒万壹仟伍佰伍拾元（¥ 371550.00 元）给乙方。2026 年 12 月 31 日前，组织人员对本项目进行验收，经验收合格，乙方开具相应金额发票给甲方后，甲方在 12 月 31 日前支付其余 25%款项即人民币叁拾柒万壹仟伍佰伍拾元（¥ 371550.00 元）给乙方。

七、违约责任：

- 1、本合同到期后将自动终止。
- 2、若乙方因破产、歇业或被吊销营业执照而不能继续为甲方提供服务，应提前一个月通知甲方，在甲方找到新的服务商之前，甲方有权要求乙方继续提供服务。

3、如乙方未按合同约定提供服务或提供服务不符合合同要求，未能达到约定的管理目标，乙方及时予以整改。

八、考核验收：乙方运营准备工作实施到位后，向西安图书馆提出验收，并以“招标要求及技术参数”为验收依据。

九、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，可向甲方所在地人民法院提请诉讼。

十、不可抗力情况下的免责约定

双方约定不可抗力情况指：双方不可预见、不可避免、不可克服的客观情况，但不包括双方的违约或疏忽。不可抗力情况包括：战争、严重火灾、洪水、台风、地震等。

十一、合同订立

本合同一式肆份，具有同等法律效力，甲方执叁份，乙方执壹份。各方签字盖章后生效，合同执行完毕自动失效。

甲 方	乙 方
	
地址：西安市未央区广运潭大道5333号	地址：西安市南二环西段69号 西安创新设计中心14楼18号

	
法定代表人:	法定代表人:
电话:	电话: 13909215089
日期: 2026年 7 月 23 日	日期: 2026年 7 月 23 日

