2026“清爽榆林”内容创作及平台传播服务项目合同

甲方（全称）：榆林市文化和旅游局

乙方（全称）：文旅澎湃文化传播（北京）有限公司

根据《中华人民共和国民法典》及其他有关法律、法规，遵循平等、自愿、公平和诚信的原则，双方就下述项目范围与相关服务事项协商一致，订立本合同。

一、项目概况

1.项目名称：2026“清爽榆林”内容创作及平台传播服务项目；

2.项目内容：包括内容创作类服务（主题花絮视频、宣传文案创作、旅游线路设计、重点活动内容生产、《食在小城》系列短视频）及平台传播类服务（快手推广、抖音推广、达人推广、微博推广、公交广告）。

二、合同金额

合同金额（大写）：贰佰柒拾陆万叁仟元整（¥2763000.00）。

合同单价一次包死，不受市场价变化或实际工作量变化的影响，合同价格为含税价，一切税（包括增值税）费等都已包含于合同价款中。

三 、验收及付款方式

合同签订且甲方财政资金到位后10个工作日内支付乙方合同总金额的40%,即人民币大写：壹佰壹拾万伍仟贰佰元整（小

写：1105200.00 元）；合同到期后，由甲方组织专人验收合格且甲方财政资金到位后10个工作日内付清剩余资金60%,即人民币大写：壹佰陆拾伍万柒仟捌佰元整（小写：1657800.00 元）。

开户名称：文旅澎湃文化传播（北京）有限公司

开户银行：招商银行股份有限公司北京华贸中心支行

银行账号：110938300310501

联系电话：18601921533

四、期限

服务期限：合同签订之日起60日历天。

五、双方的权利与义务

（一）甲方的权利与义务

1.甲方有权对乙方的服务进度、服务质量进行检查和监督。

2.甲方负责协调、配合乙方提供在项目实施过程中所需要的相关资料。

3.甲方应按合同约定及时支付乙方费用。

4.甲方须及时配合乙方对项目内容进行验收，并及时反馈修改意见给乙方。

（二）乙方的权利与义务

1.乙方应按照本合同及附件约定的内容、数量、规格、技术标准及服务要求，保质保量完成各项服务。

2.乙方应根据甲方的具体需求履行合同义务，并及时与采购人沟通，确保履约内容符合实际需求。

3. 乙方应保证其提供的服务成果(包括但不限于视频、文案、图片、设计等）不侵犯任何第三方的知识产权或其他合法权益。

4. 项目实施过程中，甲方在原采购需求整体不变的情况下提出部分修改意见，经双方协商一致后，乙方应以甲方的修改意见为主进行项目实施，进行适当调整。

5. 乙方应对履行本合同过程中知悉的甲方商业秘密及项目相关信息予以保密，不得向任何第三方披露或用于本合同以外的其他目的。

6. 项目实施过程中乙方的所有安全责任自行承担，因此给甲方造成不良影响或损失的，应向甲方承担赔偿责任，包括但不限于赔偿损失、消除影响、甲方为主张权利所支出的律师代理费、差旅费、鉴定费等一切合理费用。

六、保密

因签订或履行本合同而使甲乙双方知悉的对方的商业/技术秘密以及本合同内容，未经对方书面许可，任何一方不得向其它第三方泄露。本合同保密责任在本合同有效期内及协议终止后均具有法律效力。

七、知识产权

乙方应保证提供的服务内容不会出现因第三方提出侵犯其专利权、商标权或其它知识产权而引发法律或经济纠纷，否则由乙方承担全部责任。任何被乙方用于未经授权的商业目的行为所造成的违约或侵权责任由乙方承但。

八、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，可向甲方住所地有管辖权的人民法院提请诉讼。

九、不可抗力

不可抗力是指不能预见、不能避免且不能克服的客观情况，包括但不限于自然灾害（如洪水、地震、疫情等）、社会事件（如战争、罢工、骚乱等）及政府行为（如法律法规或政策的颁布、修改、废止，行政管控措施等）；一方因不可抗力不能履行本合同的，在发生不可抗力情况下的应对措施和解决办法按照《中华人民共和国民法典》有关规定执行。

十、违约责任

依据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国政府采购法》的相关条款和本合同约定，乙方未全面履行合同义务或者发生违约，甲方会同采购代理机构有权终止合同，依法向乙方进行经济索赔，并报请政府采购监督管理机关进行相应的行政处罚。甲方违约的，应当赔偿给乙方造成的经济损失。

十一、其他

合同一经签订，不得擅自变更、中止或者终止合同。对确需变更、调整或者中止、终止合同的，应经双方协商一致并签订书面补充协议。

十二、合同订立

本合同一式肆份，具有同等法律效力，双方各执贰份。自双

方法定代表人或其授权的代理人签字并加盖公章后生效，合同执行完毕，除保密、知识产权、保修等依其性质应当继续有效的条款外，其余条款自动失效。

甲方（盖章）：榆林市文化和旅游局

法定代表人或代理人（签字）：

乙方（盖章）：文旅澎湃文化传播（北京）有限公司

法定代表人或代理人（签字）：

2026年8月6日

2026“清爽榆林”内容创作及平台传播服务项目清单

序号	类别	名称	内容	数量	单位
1	内容创作	主题花絮视频	1.提供完整的创意方案，包含主题定位、叙事结构、节奏设计、情感主线；撰写分镜头脚本，不少于30个镜头描述；完成配音解说词文案撰写，语言富有感染力。	1	项
2			2.使用4K专业电影级摄像系统，包含：专业级电影摄影机、无人机、专业灯光组、三脚架、滑轨、无线图传监视器等。	1	套
3			3.配备导演1名、主摄影师1名、无人机操控员1名、灯光助理1名、拍摄统筹1名。拍摄周期不少于7天，含食宿交通。	7	天
4			4.完成全部素材整理、多机位同步剪辑、基础调色、专业级配音、音效设计（包含环境音、转场音效、背景音乐）。	1	项
5			5.使用特效（PR/AE）加强表现，片头、片尾、特效转场制作，最终输出分辨率≥3840×2160，MP4（H.264编码），帧率≥30fps，码率≥50Mbps。交付两个版本：无字幕纯净版 + 带中文字幕版。	1	项
6		宣传文案创作	1.创作2026“清爽榆林”主题宣传文案，通过高质量、有感染力的文字内容，提升活动的整体传播效果，有效吸引潜在游客的关注与参与。服务内容要求文案风格紧密贴合“清爽榆林”主题特色，语言生动鲜活、富有记忆点，适配微信公众号平台传播。每篇文案≥800字，适配微信公众号排版，段落清晰。	20	篇
7		旅游	1.设计“清爽榆林”精品旅游线路，完成配	6	条

		线路	套的文案创作、照片拍摄、短视频制作及排版美化工作。每条线路创作主题鲜明、体验独特、具有辨识度，整体风格需突出“清爽榆林”主题特色。		
8		重点活动	1.重点活动预热视频制作：包含不少于3场重点活动的预热视频制作，供应商需针对每场重点活动分别完成预热视频的创意策划、分镜头脚本、实景拍摄（至少1天，含航拍、地拍、延时）、后期剪辑、调色、专业配音及音效设计、片头片尾动画包装。每场活动须制作1部时长2-3分钟的预热视频，成片4K（3840×2160），MP4，H.264，30fps。版权完全归属采购方。	3	部
9			2.现场采集包含不少于10场重点活动，需针对每场重点活动进行全程现场视频及高清照片的全方位素材采集。每场活动的视频拍摄要求多机位4K录制（至少包含一个固定机位和两个移动跟拍机位）。每场活动的照片拍摄要求使用单反或微单相机，同时保存RAW与JPG双格式，经筛选后提供不少于200张精选照片（需涵盖场景全景、人物特写、细节刻画及氛围抓拍，每场活动不少于15张精修照片，大小不少于20MB）。每场活动交付的原始素材中视频总时长不少于100分钟，照片原始文件不少于200张。	10	场
10			3.将现有和采集的清爽榆林相关视频素材进行二次剪辑与碎片化再创作，制作适用于抖音、视频号、小红书、快手等新媒体平台传播的短视频切片，以提升活动曝光度与用	30	条

			户触达率。服务内容包含素材筛选与整理、分主题创意剪辑、节奏化包装、字幕添加、配乐及特效处理。视频时长 15-60 秒，要求画面吸睛、节奏明快、适配平台算法，成片为高清 MP4 格式。		
11			4.制作不少于 3 场重点活动的花絮视频，需针对每场重点活动分别制作一条汇总花絮视频，用于活动后传播、回顾及存档。每场活动的花絮视频时长为 2-3 分钟，要求覆盖该场活动全程高光时刻、关键人物故事及整体氛围，叙事连贯、节奏明快、富有感染力。视频规格需达到 4K 分辨率，文件格式 MP4，帧率 30fps，编码格式 H.264。每场活动的花絮视频需在该场活动结束后 10 个日历日内完成全部剪辑、配乐、字幕及调色工作，并交付最终成片。	3	部
12		食在小城	1.制作《食在小城》系列短视频。涉及榆林县市区的多种民间美食和餐馆。核心要求：聚焦深藏于街巷的美食与榆林老味道，为游客提供真实可信的榆林美食指南。服务内容包含：前期调研、创意策划、现场拍摄、后期制作等。每集成片时长 3-5 分钟，分辨率 3840×2160，MP4（H.264），帧率 30fps。	12	集
13	平台传播	快手推广	1.在活动举办期间，为@榆林文博官方账号发布的优质作品提供流量助推，累计作品曝光量不低于 300 万次。活动结束后提交完整投放截图及专项结案报告，清晰呈现曝光量、点击率、互动率、粉丝增长等核心运营指标，为后续文旅内容运营提供数据支撑与	1	项

			决策依据。		
14			2.开展不少于1场快手官方账号直播转播，时长≥2小时，向直播间进行推流，并引导网友进行评论互动。目标观看人数不少于200万。	1	场
15		抖音推广	1.打造 #2026清爽榆林 抖音官方话题聚合页，定制750×1334高清话题头图、400×400专属品牌头像及官方话题导语，搭建城市文旅专属官方流量入口。在官方话题页可配置内容置顶位，活动周期内提供2次置顶内容轮播调整权限，可根据传播节奏动态更新展示内容。全量开放内容曝光池，一站式聚合全网UGC创作内容，形成自循环裂变传播矩阵。活动结束后提供1次完整话题数据导出服务，沉淀城市文旅数字资产，助力“清爽榆林”品牌声量全域渗透与长效留存。	1	项
16			2.榆林文旅相关POI定位，通过巨量引擎进行定向流量助推。精准锁定核心文旅消费人群，定向触达陕西省全域及周边省市，同时辐射全国避暑需求旺盛城市，重点投放近30天内浏览过文旅相关内容的高意向用户。依托本地推算法优化内容分发策略，保障活动周期内所有投流作品累计曝光量不低于500万次，打通线上内容种草与线下出行转化的完整链路。活动结束后提交完整数据截图及专项结案报告。	1	项
17		达人推广	1.邀请一名千万级粉丝文旅头部达人。在清爽榆林活动举办期间，走进榆林深度体验与特色打卡（含团队交通、住宿、餐饮）。创	1	项

			作并发布不少于2条原创作品，共创不少于1次，同步发布至抖音、快手、视频号等至少3个平台。视频需体现“清爽榆林”主题，出现活动主视觉及话题标签。发布后72小时内提供后台播放量截图。		
18			2.邀请一名粉丝不少于300万的美食博主，以“寻味榆林”为主题，在清爽榆林活动举办期间,走进榆林体验至少3种地道小吃(含团队交通、住宿、餐饮）。创作并发布不少于2条原创作品，共创不少于1次，同步发布至抖音、快手、视频号等至少3个平台。视频需体现“清爽榆林”主题和榆林地方美食。发布后72小时内提供后台播放量截图。	1	项
19			3.邀请一名粉丝不少于300万的户外博主，走进榆林体验榆林徒步或大漠风光（含团队交通、住宿、餐饮）。创作并发布不少于2条原创作品，共创不少于1次，同步发布至抖音、快手、视频号等至少3个平台。视频需体现“清爽榆林”主题和榆林大漠风光。发布后72小时内提供后台播放量截图。	1	项
20		微博推广	1.在新浪陕西频道发布推荐不少于2篇新闻稿件，稿件需在首页区域展示不少于24小时。	2	篇
21			2.新浪陕西官方矩阵一次性覆盖不少于5个本地资讯/生活类微博账号，每个账号发布不少于2条相关内容。账号总粉丝覆盖量不少于300万。	1	次
22			3.活动启动当天，在陕西区域微博热搜榜锁定第3-6位，持续时间不少于24小时。	1	次

23			4.KOL 分发:由 10 位全国头部旅游类 KOL(单账号粉丝不少于 130 万,总覆盖不少于 1500 万)分别发布 1 条“清爽榆林”相关微博,内容形式可为图片、短视频或攻略长文。要求每条转评赞合计不少于 300 次。提供博主名单及相关阅读数据。	10	次
24			5.直播拉流:进行 1 场微博直播拉流。通过粉丝头条或直播广场引流,目标覆盖人群不少于 100 万曝光,同时在线峰值不少于 5000 人。需提供直播后台数据报告。	1	次
25		公交广告	1.在榆林市区选择 15 辆核心公交线路的公交车辆,进行车体广告投放。位置:车身两侧长 11m×高 1.2m+ 车尾长 1.2m×高 2.2m。材质:高清激光喷绘 + 可移除 3M 车贴。服务期 3 个月,包含设计、制作、安装、上画。定期清洗车体,遇画面质量问题须 3 日内修复或重做,遇特殊天气需专人监控并消除隐患。费用包含广告租赁费、设计费、制作费、材料费、维护费等费用。	15	辆
26			2.在榆林市区主次干道选择 25 个公交候车厅,规格长 4.0m×高 1.8m,材质为高清激光喷绘 + 550 加厚喷绘布。服务期 3 个月,含设计、制作、安装、巡检维护,遇污染或损坏 3 日内处理。需提供点位列表及实景上画照片。费用包含广告租赁费、设计费、制作费、材料费、维护费等费用。	25	块