

服务合同

媒体平台运营管理项目（综合推广）

甲 方：北京市海外文化交流中心

地 址：北京市建国门内大街7号光华长安大厦

法人或授权代表：王海茹

联系电话：010-65102980

乙 方：北京万合天成文化传媒有限公司

地址：北京市朝阳区建外大街甲14号广播大厦

法定代表人：廖氏平

联系电话：18610756448

根据《中华人民共和国民法典》及其他有关法律、法规之规定，甲、乙双方经过平等协商，就乙方为甲方进行综合推广服务事宜，确认根据下列条款订立本协议，双方将以诚实信用的态度遵守和执行本协议。

一、合同期限

本协议有效期自2026年1月1日起至2026年12月31日。经双方协商一致确认，实际期限可延长至甲方与后续供应商交接完成以后（以下统称合同期限）。

二、合作目标

秉持“让世界了解北京，让北京走向世界”的理念，运用国际城市传播新思路加强新媒体宣传力度，扩大北京市海外文化交流中心的品牌影响力，发挥中外文化交流的桥梁作用，推进北京的古都文化、京味文化和创新文化建设，向世界展示“首都风范、古都风韵、时代风貌”的国际城市形象。通过有影响力的海内外各类媒体平台，向公众发布活动新闻、业务信息和专业文章，宣传推广中心开展的各项活动和所取得的工作成果，促进中心与公众的互动交流，增强中心在海内外的影响力，扩大传播范围，传播北京城市形象，讲好中国故事，传播中华文化。

三、服务内容

详见附件1项目服务方案

四、费用及付款方式

本项目总金额：即 ¥749000.00元人民币（大写：柒拾肆万玖仟元整）（最终支付金额以甲方业务验收和财务验收评审所最终确认的金额为准），共分三次付款。前述费用已包含乙方按本合同约定履行发生的全部费用，包括但不限于推广、技术支持、平台维护、管理、沟通联系、税金等一切费用。除上述费用外，甲方无需支付其他任何费用。

自本合同签订生效之日起甲方收到乙方开具的发票且财政资金到账后15个工作日内，甲方向乙方支付合同款的50%，即 ¥374,500.00 元人民币（大写：叁拾柒万肆仟伍佰元整）；合同签订满6个月甲方收到乙方开具的发票且财政资金到账后，甲方向乙方支付合同款的30%，即 ¥224,700.00元人民币（大写：贰拾贰万肆仟柒佰元整）；剩余资金合同款的20%，即 ¥149,800.00元人民币（大写：壹拾肆万玖仟捌佰元整），甲方于项目结束收到乙方开具的发票后15个工作日内且财政资金到账后，根据业务验收和财务验收评审所最终确认的金额向乙方支付尾款。乙方须根据甲方要求，出具相关材料和凭证配合业务验收及财务验收。如无验收不合格情况，甲方须按照业务验收及财务验收评审所最终确认的金额全额支付约定款项。如验收存在不合格情况，根据业务验收和财务验收评审所最终确认的金额向乙方支付尾款。

甲方支付上述费用前，乙方需向甲方提供合法有效的税务发票，甲方自收到发票后15个工作日内将资金支付到合同约定的乙方账户。因乙方未及时提供发票导致甲方逾期付款的，甲方不承担逾期付款责任。

五、双方权利义务

1. 甲方权利义务

(1) 甲方有权审核、督促乙方的宣传内容和宣传工作，若甲方认为乙方的宣传内容对甲方宣传积极正面形象不利，甲方有权要求乙方限时改正。甲方有权制定宣传方案或在合理范围内对乙方的宣传方案提出修改意见。

(2) 甲方应为乙方拍摄宣传材料、制作相关报道提供必要的宣传资料和必要的便利条件、安全措施。

(3) 甲方应保证举办活动的内容及提供的宣传资料不存在违法和违背国家政策及侵犯第三人合法权益的情况。

(4) 甲方应将对宣传内容的要求等相关指示发送给本协议约定的乙方联系人,甲方相关联系人变更的,应及时通知乙方,因甲方原因引起联系不畅导致的后果,由甲方自行承担。

(5) 本次合作中图片和短视频拍摄、图文制作以及发布需要获得他人许可(包括但不限于著作权、表演者权、肖像权在内的一切合法许可)及完成其他行政审批事项的,由乙方提请处理,甲方协助乙方处理,乙方负责执行,如产生费用由乙方承担。

2. 乙方权利义务

(1) 乙方应针对甲方举办的重要活动及项目提前进行选题策划,制定全面有效的宣传方案,保证宣传内容符合甲方积极正面的宣传需求。内容突出专业性,扩大相关活动的辐射力和影响力。

(2) 乙方应按照本协议约定的工作内容,为甲方提供宣传服务,并配备专业团队保障。乙方在项目实施过程中,接受甲方的监督和指导。

(3) 乙方制作、发布甲方举办的活动内容须保证时效性。

(4) 乙方设计制作的所有内容均要符合中国特色社会主义价值观,不违背法律法规道德要求,不出现意识形态问题;专业性内容需请专业老师指导,确保内容准确无误;英文翻译内容需确保准确无误,且符合外国读者阅读习惯。如因乙方原因,导致内容出现专业性、意识形态、内容抄袭等问题,责任由乙方承担。

(5) 乙方制作的拟发布内容,需编辑生成预览交由甲方相关负责人审核,经甲方审核同意,方可发布。

(6) 乙方应配备固定的执行团队,如本协议约定的乙方联系人变更的,应及时书面通知甲方,因乙方原因引起联系不畅导致的后果,由乙方自行承担。

(7) 乙方应按照《中华人民共和国著作权法》规定使用文章、图片、字体等涉及版权的内容。乙方提供的文字、图片等内容素材,确保符合国家版权要求,不出现版权问题。如因乙方原因,导致内容出现版权问题,责任由乙方承担。

(8) 数据安全:甲方仅授权乙方策划专员和网站编辑登录网站、新媒体账号后台编辑权限,本协议约定的账号及其它甲方自媒体账号,均不得转让、告知其他人,如需更换人员交接,乙方需提前告知。如因乙方账号管理失误导致出现

违规发布事件等信息安全事件，责任由乙方承担。

(9) 乙方应针对项目制定并落实应急预案，及时应对突发事件。

(10) 乙方有义务配合甲方上级主管部门和审计检查等部门开展相关工作。项目实施过程中，乙方应严格落实本协议约定的合作内容，以月度为单位对项目实施情况进行书面汇报，并及时将项目相关材料归档；项目实施过程中，根据甲方要求对项目情况作相关总结，并提交甲方确认；甲方确认后，乙方应将项目所有相关图文、视频等资料归档交于甲方备份留存。

(11) 结项时须按照甲方时间要求及时提供验收材料，包括但不限于：项目实施方案及过程管理资料、项目总结、项目成果（图片、文字、视频等形式）、反映项目实施效果的有关数据资料、决算明细、相关财务凭证等相关材料和凭证配合甲方业务验收及财务验收。

六、版权约定

根据中华人民共和国知识产权相关法律法规之规定，乙方受甲方委托为此项目完成的所有图文、视频、动画等一切作品的著作权和非作品的邻接权均归甲方所有。乙方享有创作者署名权。未经甲方的书面许可，乙方不得将本协议所涉及的内容用于协议约定以外的其他商业目的。

七、相互保证

1. 双方保证具有签订、履行本协议的资格与能力。

2. 双方应对履行本协议过程中的行为，及各自提供的信息及技术等负责，保证不违反国家相关法律法规、国家政策和社会主义道德风尚，并保证对方不会因为己方行为或使用己方提供的信息或技术而需对任何第三方承担法律责任或被有权机关采取强制措施。

3. 任何一方违反本协议约定，致使对方遭受损失，违约方应负责赔偿对方损失，同时守约方有权中止履行本协议，直至违约方纠正其违约行为并承担相应的赔偿责任。

八、协议变更

本协议包含双方所有意向，并取代双方在此之前所达成的一切书面或口头协议；任何对本协议内容的修改或变更均须双方共同书面认可；由本协议所产生的任何权利或义务，未经另一方书面许可不得转让。

九、违约责任

1. 乙方违反本协议，应在甲方要求下立即纠正，否则应赔偿因其违约给甲方造成的一切损失。

2. 乙方违反本协议，在甲方要求下拒绝纠正的，或乙方违约行为导致本项目无法实施或没有必要实施的，甲方有权解除本协议，并有权拒绝给予乙方任何费用补偿。解除合同的，乙方应退还甲方已向乙方预付而未使用的服务费用。

3. 甲方逾期付款的违约金：甲方由于自身原因（合同另有规定的除外）未能按时、按额付款，每逾期一天按应付未付款额的万分之三计算支付违约金。

4. 若因甲方原因造成项目无法顺利推进，所给乙方造成的一切损失由甲方承担。

十、争议解决

1. 双方应相互配合工作，以避免对合作业务产生不利影响。如一方违反本协议规定，致使合作目的不能达成，另一方有权解除本协议，并由违约方承担违约责任。

2. 如果双方就本协议内容或其执行发生任何争议，双方应进行友好协商，协商不成的，提请甲方所在地人民法院裁决。

3. 本协议的订立、执行、解释和争议的解决均适用中华人民共和国法律。

十一、不可抗力

由于不可抗力事件而致使一方或双方无法履行协议时，可免除其相应的违约责任。主张不可抗力无法履行协议的一方应在其获悉存在该情况后【二十四小时】内以具备法律效力的通讯、电子凭证或书面通知对方，五个工作日内提供相关部门的关于不可抗力事件的权威证明，并在不可抗力消失后二个工作日内通知另一方。遭受不可抗力的一方应尽可能积极采取措施，降低不可抗力产生的损失或负面影响，因未尽止损义务导致的损失，遭受不可抗力的一方不能免责。

十二、保密条款

双方应对本协议条款的各项内容保密。双方在本协议磋商、签订、履行过程中知悉的对方商业秘密，不论是否在协议有效期内，均不得公开、泄露给第三方或自己非法使用。特别从对方获知的客户信息、资料不得用于任何本协议目的以外的用途，否则泄露商业秘密的一方将承担由此而产生的一切民事、行政、刑事责任。

十三、履约验收方案

1、履约验收的主体、时间、方式：乙方完成项目工作内容后，甲方有权自行或聘请国家认可的第三方机构对本项目进行验收。甲方应于验收前通知乙方到场参与验收。

2、履约验收程序：项目成果应符合技术标准要求，通过甲方审查。

3、履约验收的内容：根据采购文件要求、投标文件响应及国家行业有关标准，针对本采购文件对应的合同中每一项商务、技术要求履约情况进行履约验收。

4、验收标准：北京市、国家相关技术标准及本项目招标文件采购需求书要求。

十四、其它

1. 本协议未尽事宜，由甲乙双方另行友好协商解决。涉及本协议约定范围以外的宣传活动专项任务的，应签订补充协议。

2. 本合作协议一式陆份，甲乙双方各持叁份，自双方签字盖章之日起生效，陆份协议具有同等法律效力。

3. 本协议的附件、补充协议为本合作协议的组成部分，经双方签字盖章后与本协议具有同等法律效力。

甲方：北京市海外文化交流中心

乙方：北京万合天文化传媒有限公司

(盖章)

(盖章)

法定代表人：

法定代表人：

或授权代表签字：

或授权代表签字：

开户行：招商银行股份有限公司

北京城市副中心分行

账号：110943245910301

2025年12月24日

2025年12月24日

附件一：项目服务方案

一、具体服务内容

服务项	服务项分项	数量
媒体平台宣传推广	国内媒体平台推广	依靠媒体平台资源，邀请媒体人到场参与活动，将稿件及视频等内容在国内官方媒体平台及微信公众号、微信视频号、微博、小红书等平台的大V账号进行发布，数量不少于80家，具体数量依据中心活动情况而定。
	国外媒体平台推广	依靠媒体平台资源，将稿件及视频等内容在海外官方媒体平台，以及Facebook、Instagram、X、YouTube等海外大V账号发布，具体数量依据中心活动情况而定。
平面媒体宣传推广	平面媒体宣传推广	配合甲方活动需求，在有权威性和影响力的平面媒体平台进行原创稿件宣传推广，语种包含中文和英文等外文；平面媒体类型包括但不限于报纸、杂志等。根据甲方活动需求，在有影响力的权威平面媒体发布不少4篇稿件，进行甲方及其活动内容的宣传推广。平面媒体需具有影响力并具有权威性。

二、项目实施总体策略与计划

1. 宣传策略

多渠道宣传：充分利用海内外各类权威媒体平台，包括报纸、杂志、电视、广播、互联网、社交媒体等，进行全方位、多角度的宣传推广。

精准推送：利用大数据和人工智能技术，对目标受众进行精准画像和推送，提高宣传效果和转化率。

互动营销：通过社交媒体平台的互动功能，增强与公众的沟通和交流，提升用户体验和参与度。

2. 内容策划

高质量内容：策划和制作高质量的文化交流活动宣传内容，包括文字、图片、视频等多种形式，确保内容的专业性、权威性和吸引力。

文化特色：深入挖掘北京的历史文化内涵和现代城市风貌，突出文化特色和城市精神，提升宣传内容的文化品位和影响力。

时效性：紧跟时事热点和文化交流活动动态，及时发布相关信息和报道，保持宣传内容的时效性和新鲜度。

3. 实施计划

准备阶段（第1-2个月）：组建项目团队，明确职责分工；制定详细的宣传计划和内容策划方案；与媒体平台建立合作关系。

实施阶段（第3-11个月）：按照宣传计划和内容策划方案，有序开展宣传推广活动；定期评估宣传效果，及时调整宣传策略和内容；加强与媒体平台的沟通和合作，拓展宣传渠道和影响力。

总结阶段（第12个月）：对项目实施情况进行全面总结和评估；整理项目成果和资料；提出改进建议和未来发展规划。

4. 预期效果与影响

通过本项目的实施，预期将取得以下效果和影响：

提升中心品牌影响力：使甲方品牌在海内外市场中获得更高的认知度和认同感，成为展示北京文化、促进国际文化交流的重要平台。

扩大信息传播范围：将甲方的活动信息、业务动态和文化成果迅速传播到全球各地，吸引更多国内外游客和文化爱好者关注北京。

促进互动交流：增强甲方与公众之间的沟通和交流，提升用户体验和参与度，形成良好的互动氛围。

传播北京城市形象：全方位展示北京的历史文化、现代风貌和城市精神，提升北京在国际舞台上的形象和地位。

推动文化产业发展：带动相关文化产业的发展，促进文化消费，为北京经济社会发展注入新的活力。

综上所述，本项目具有重要的现实意义和战略价值。

通过综合推广的方式，充分利用海内外各类权威媒体平台，宣传推广中心及其开展的各项文化和旅游交流活动，将有力推动北京文化的国际传播和交流合作，为提升北京的国际知名度和美誉度作出积极贡献。

三、平面媒体服务方案

根据甲方活动需求，在有影响力的权威平面媒体进行内容发布不少于4篇稿件，对甲方及其活动内容进行宣传推广。平面媒体包括但不限于报纸、杂志等。

本方案旨在结合甲方合同期内的大型活动及日常需求，精心策划平面媒体

(以中国日报、人民日报、北京日报等主流媒体为主)的推广方案。通过对“欢乐春节”、“生肖快闪”、“全球生肖设计大赛”、“你好北京”、“北京国际音乐节”等重点活动的全面覆盖,我们将打造一套完整性、可行性、针对性强的宣传流程,确保活动信息的广泛传播和深远影响。

四、媒体平台宣传推广

响应甲方采购文件中媒体平台宣传推广要求,并确保任务完成。国内媒体平台推广方面,将依托资源,邀请媒体人到场,在官方媒体及微信公众号等平台大V账号发布稿件与视频,数量依活动而定;国外媒体平台推广,同样依靠资源在海外官方媒体及 Facebook 等大V账号发布内容,数量依活动情况确定。

五、效果评估与反馈机制

效果评估:通过阅读量、点赞数、评论数等量化指标评估推广效果;分析受众反馈、媒体报道质量等评估国际影响力。

反馈机制:通过社交媒体评论、邮件收集受众反馈,了解需求与改进方向;与海外媒体沟通,收集报道反馈与建议,优化后续合作。

六、风险管理与应对措施

文化差异风险:内容创作前进行文化敏感性审查,确保符合目标地区文化习惯;对团队进行跨文化沟通培训,提升文化敏感度与适应能力。

语言障碍风险:聘请专业翻译团队,确保多语言版本准确无误;建立语言审核机制,二次审核翻译内容,保证语言流畅准确。

技术故障风险:制定应急预案,准备备用直播设备、网络备份等,保障活动直播与在线推广顺利;组建专业技术团队,负责技术支持与故障处理。