

# 2026年场馆数字资源研发与推广 项目委托服务合同

甲方：北京科学中心

乙方：北京信通传媒有限责任公司

根据《中华人民共和国民法典》及相关法律、法规规定，甲、乙双方本着自愿、平等、公平、诚实、信用的原则，经过友好协商，就乙方承担甲方《2026年场馆数字资源研发与推广》项目（以下简称“项目”）有关的服务事宜达成如下合同：

## 第一条 项目名称

《2026年场馆数字资源研发与推广》

## 第二条 绩效指标和服务要求

### （一）绩效指标

1. 服务内容包括展览展项数字资源研发、科学教育活动数字资源研发、户外科学广场数字资源研发、弘扬科学家精神数字资源研发、特色活动数字资源研发、重要活动跟拍及影像留存、场馆氛围营造及相关工作等。

### 2. 展览展项数字资源研发工作包括

（1）研发制作展览展项系列视频不少于30个，其中原理讲解展示系列视频不少于15个，吉祥物科代表玩转展项系列视频不少于15个。每个视频时长不少于90秒；

（2）原理讲解展示系列视频中的实验再现、动画演示内容

时长不少于 30 秒；该系列视频需提供画面比例 16:9（横屏）、9:16（竖屏）双版本视频；

（3）吉祥物科代表玩转展项系列视频应配套设计开发吉祥物动态图、表情包、二维贴图、三维图样等。所有视觉元素需提供设计源文件。

### 3. 科学教育活动数字资源研发工作包括

（1）研发制作科学教育活动系列视频不少于 12 个，其中达人探馆系列不少于 8 个，邀请的达人、大 V、专家不少于 4 人。每个视频时长不少于 90 秒；

（2）达人、大 V 各平台总粉丝量应不低于 100w，专家应至少为副高级以上，最终出境视频人选由甲方认可为准；

（3）乙方应做好对出境嘉宾的背调工作，保证相关人员无不良记录，由此产生的损失由乙方负责。

### 4. 户外科学广场数字资源研发工作包括

（1）研发制作户外科学广场系列视频不少于 10 个，每个视频时长不少于 90 秒；

（2）拍摄前应当提交《拍摄方案》，明确科学主题匹配、拍摄时间规划、镜头脚本设计等内容；

（3）需提供不少于 50 条高质量素材，涵盖全景镜头、中景镜头、特写镜头。每条高质量素材时长 8-10 秒，并提供镜头清单。

### 5. 弘扬科学家精神数字资源研发工作包括

(1) 研发制作弘扬科学家精神系列视频不少于 24 个，其中手绘系列视频不少于 6 个，每个视频时长不少于 150 秒；纪实再现系列视频不少于 18 个，每个视频时长不少于 90 秒；

(2) 手绘系列视频需交付分层手绘源文件，核心画面需作为关键帧精细绘制，细节完整度不低于 95%，过渡帧需保证动作逻辑连贯，无变形错位，动态场景帧密度不低于 12 帧/秒；

(3) 纪实再现系列视频中需确保史料来源的准确性、严肃性、合规性；访谈对象需具备权威性，优先选择科学家的同事、弟子、家人、相关领域资深专家。

#### 6. 特色活动数字资源研发工作包括

(1) 研发制作特色活动系列视频不少于 18 个，每个视频时长不少于 90 秒；

(2) 为保障时效性，应于采编当日完成基础制作，最晚不得超过 48 小时完成最终修改；

(3) 拍摄设备需采用专业级器材，不得使用手机等消费级设备（特殊视角辅助拍摄除外）。

#### 7. 重要活动跟拍及影像留存工作包括

(1) 摄影摄像支撑及资料整理留存不少于 30 次；

(2) 每次支撑应至少提供摄影摄像人员各 1 人，摄影摄像设备由乙方提供，最终需求人数根据甲方实际活动需求决定；

(3) 影像资源应第一时间整理归类，并通过网盘、硬盘等形式将资料及时拷贝给甲方。

(4) 拍摄设备需采用专业级器材，不得使用手机等消费级设备（特殊视角辅助拍摄除外）。

#### 8. 场馆氛围营造及相关工作包括

(1) 组织开展并完成不少于 4 期旨在提升公众体验感的场馆氛围营造工作，每期安装完成后提供不少于 1 个月的免费维护服务；

(2) 针对各项氛围营造工作进行延展，开展短视频制作计划，每期氛围营造工作制作短视频不少于 2 个，每个视频时长控制在 30 秒-2 分钟，需提供画面比例 16:9（横屏）、9:16（竖屏）双版本视频；

(3) 承担项目成果相关物料的创意设计与制作工作，样式不少于 4 种，并形成批量成果物料。

9. 具体内容参见《招标文件 采购需求》（该需求是合同重要组成部分，与本合同具有同等法律效应）。

10. 完成甲方要求的其他事宜。

#### (二) 服务要求

乙方需按照甲方的要求以及经甲方同意的《项目实施方案》，高质量完成项目的所有内容。

### 第三条 履行期限、进度和方式

(一) 合同履行期限：自合同签订之日起至 2026 年 11 月 30 日止。

(二) 乙方应按照本合同约定及甲方要求，于合同签订后十

日内制定并向甲方提交《项目实施方案》。乙方按照甲方审核确认后的《项目实施方案》组织项目实施。前述经甲方确认后的《项目实施方案》（作为本合同附件）将作为甲方验收的依据之一。

（三）履行地点：北京。

#### **第四条 项目监管与验收**

1. 乙方需按照项目任务类别分解情况建立项目台账等财务账目管理，内容包括但不限于支出明细、用途、支出汇总表等。甲方有权核查项目资金使用情况，乙方应按甲方要求提供与项目相关财务账目（原件及/或复印件）及原始凭证等供甲方及/或甲方委派的中介机构核查。

2. 为保证乙方合同履行符合合同约定，甲方有权随时对乙方工作情况进行检查验收，甲方所发现的乙方工作中存在的问题，乙方应按甲方要求及时予以改正。若未改正或改正不符合要求，甲方有权解除本合同，并要求乙方退还甲方所支付的经费。

3. 乙方应根据甲方要求组织有关人员接受检查验收，验收材料包括但不限于（1）《项目实施方案》；（2）实施过程资料（3）项目验收报告（4）绩效证明材料（附项目总体执行报告、相关媒体报道及获奖资料、满意度调查或第三方测评等统计数据资料、相应图片等证明材料）。

4. 甲乙双方指派专人组成本合同服务项目的管理小组，管理和实施本项目。双方可以根据具体情况更换本方管理小组的成员，但应当以书面方式通知另一方。

其中，乙方专职稳定团队人员应不少于8人，团队中须至少保证2人能够做到在工作日甲方发起需求后5分钟内响应，10分钟内到达采购人提供的工作现场进行服务支撑。张莹为本次项目的项目经理，与上述其他人员全程参与此项目，服务期内未经甲方允许，乙方不得擅自更改参与人员。

### **第五条 经费及支付方式**

(一) 本合同项目款：人民币壹佰肆拾捌万肆仟陆佰元整（¥1484600.00元）。

前述合同项目款已包含劳务费、税款等乙方为履行本合同项下义务所应当获得的所有报酬和费用以及甲方为此项目所有应当支出的费用。除本合同约定的合同价款外，甲方无须就本项目向乙方额外支付任何报酬或税费。

注：

1. 鉴于本项目的资金来源于北京市财政拨款，可能存在不可抗力因素或财政部门调减预算的情况，最终结算金额以财政最终正式批复为准；
2. 若财政最终正式批复金额大于等于合同金额，按合同金额计取；
3. 若财政最终正式批复金额小于合同金额，按批复金额计取。

(二) 甲方根据乙方提供的账户信息进行拨款，乙方应当保证其提供的账户信息真实、准确，乙方的账户信息发生变化的，应至少于甲方付款10个工作日前书面通知甲方，否则由此导致

的错付、无法支付等所有法律后果均由乙方自行承担。

乙方的账户信息：

户 名：北京信通传媒有限责任公司

开户行：中国工商银行股份有限公司北京体育馆路支行

账 号：0200008109200044661

（三）本合同签订生效后且财政资金拨付到位后 30 日内，甲方向乙方支付合同总金额 50%的预付款，即人民币柒拾肆万贰仟叁佰元整（¥742300.00 元）；6 月 30 日前，完成中期验收成果后甲方支付合同总金额 30%的进度款，即人民币肆拾肆万伍仟叁佰捌拾元整（¥445380.00 元）；乙方按期完成项目内容并交付全部服务成果经甲方验收合格后甲方支付合同总金额 20%的项目验收尾款，即人民币贰拾玖万陆仟玖佰贰拾元整（¥296920.00 元）。

（四）甲方每次付款前，乙方需向甲方出具正式等额增值税普通发票，否则甲方有权拒绝付款，且不承担任何责任。乙方不得以此为由拒绝履行本合同项下的义务。如乙方向甲方提供的发票不符合本合同约定或法律规定，除应按照甲方要求予以更换外，如因此给甲方造成的一切损失由乙方承担（包括但不限于损害赔偿等）。

甲方开票信息如下

户名：北京科学中心

纳税人识别号：12110000400755736B

地址：北京市西城区北辰路 9 号

开户行：工商银行北京天辰西路支行

账号：0200246409020114152

（五）乙方应对项目经费实行专款专用，保证项目经费的合理使用。项目经费使用必须满足完成本合同约定的任务。乙方有义务接受甲方的经费检查，应配合甲方提供项目经费使用情况说明。

## **第六条 合同成果及知识产权**

本合同项下合同成果的所有权、知识产权及其他相关权利均归甲方所有。乙方应按照合同及其附件要求向甲方提交合同成果，未经甲方书面许可或同意，乙方不得以任何方式使用（为履行本合同项下义务除外）或许可第三人使用、或转让给第三人；未经甲方书面许可或同意，乙方不得将本项目资料的全部或部分复制、传播、转让或以其他方式泄露给其他单位或个人。否则，甲方有权解除合同，乙方应向甲方支付合同总金额 30% 的违约金，并承担由此给甲方造成的损失。

## **第七条 双方的权利义务**

### **（一）甲方权利和义务**

1. 甲方有权对本合同项目的执行、完成进度、经费使用等情况进行检查监督并提出相应意见建议，乙方应予以配合。

2. 乙方违反国家有关规定挪用项目经费，或者未按本合同约定的经费支出范围使用项目经费，甲方有权要求乙方全部或部

分退还经费。

3. 甲方有权根据本合同约定，自行组织或委托第三方对本合同项目工作成果进行验收评价。

4. 甲方有权接收本合同项目成果，并享有该成果的所有权、知识产权等相关权利。

5. 甲方对乙方提出明确的管理要求，执行监督、管理职能。

6. 在乙方项目执行的过程中给予必要的技术指导，提供必要的支持。

7. 协助乙方进行资源接洽，提供相关的资源信息和渠道。

8. 负责对乙方的活动方案进行审定。

## (二) 乙方权利和义务

1. 乙方应对项目经费实行专款专用，保证项目经费的合理使用。项目经费使用必须满足完成本合同约定的任务。乙方有义务接受甲方的检查，向甲方提交项目经费使用情况说明。

2. 乙方应按照国家项目具体情况及进度计划做好项目内容和相关筹备工作，保证项目任务按时保质保量完成。

3. 乙方应按本合同约定执行所承担项目。

4. 乙方应加强调研，缜密计划，加强管理，认真组织项目实施，确保项目各项工作顺利实施、完成。

5. 乙方应认真履行职责，切实实施项目各项工作，保质保量依约完成项目各项指标。

6. 乙方应按甲方要求的期限，以工作汇报的方式定期向甲

方报告项目进展情况、工作结果、存在的问题和当期工作计划。

7. 为确保本合同的顺利实施，乙方应严格遵守本合同的所有约定，本合同规定的工作和任务乙方不得以任何形式转包、分包、转让或转委托。

8. 乙方应配合甲方及/或上级单位组织实施的考核评估、项目绩效评价等工作。

9. 乙方须保证其履行本合同项下义务以及所提交成果的合法性，并保证甲方不会因此而遭到任何第三方的索赔或陷入任何法律纠纷，否则，相关责任和后果均由乙方自行承担，且乙方亦应承担甲方因此而遭受的任何损失、支出及索赔（包括但不限于诉讼费、仲裁费、公证费、律师费、调查费、交通费、第三方主张的赔偿金以及其他因此支付的合理开支）。

10. 乙方应当按照合同约定和项目具体情况派出服务团队人员，并向甲方提供服务团队人员情况及分工。乙方应保证其人员的稳定性，及其投入项目的时间。乙方在合同履行期间不得随意更换服务团队负责人和主要成员人员，若确需更换需事先征得甲方书面同意，且接替人员的职位、资历应当与被调换的人员相当。乙方指定张莹为项目负责人。

11. 乙方应按照甲方要求，提供相关基础资料、设备、保障足够的高素质人才参加项目实施，配置相应的服务工作团队，必要的技术支撑条件，确保项目正常开展和顺利实施。乙方对甲方在工作中提出的意见要积极配合，并按照甲方提出的要求或按双

方协商后的意见开展工作。

12. 乙方在执行合同约定任务过程中,应严格遵守国家安全生产法律法规,承担安全义务并落实安全责任。因乙方工作不当或失误造成甲乙双方及第三方人身、财产损失的,乙方应承担全部责任。甲方被迫因此承担责任的,有权向乙方追偿。

13. 乙方应保证,本合同项下所提交的合同成果为其原创,其对制作过程中所使用的视频、音乐素材、文字等任何素材、资料均享有相应的权利或已取得相应许可使用权,其交付甲方的任何作品或成果不得侵犯他人的合法权益,任何由该内容引起之争议、诉求、纠纷均与甲方无关,由乙方自行解释、解决并承担全部法律责任。

14. 乙方保证其所提供的合同成果不违反中国相关法律法规的规定,不得有反党、反社会、低俗、煽动民族情绪等不良内容,且未侵犯任何第三人的合法权利(包括但不限于知识产权、名誉权、肖像权、人格权等)。因乙方所提供的合同成果引起的任何争议、索赔、诉讼等事宜,由乙方负责解释、解决并承担全部责任,甲方不承担任何连带责任,同时,乙方应赔偿因此给甲方造成的全部损失。

## **第八条 保密**

(一) 除本合同另有约定外,乙方对其因履行本合同所知悉的与本项目相关的信息以及甲方其他未公开的信息,应当采取适当有效的方式予以保密。乙方仅得在本合同规定的范围内使用上

述资料及信息，未经甲方事先书面同意，不得复制或披露给任何第三方。乙方对保密信息发生的被盗、泄露、或其他有损信息保密性的事件承担全部责任，因此给甲方造成损失的，乙方应予赔偿。本合同终止后5日内，乙方应立即归还载有前述信息的全部资料和文件的原件和复印件，以及前述信息的载体。如果该信息属于不能归还的形式、或已经复制或转录到其他资料或载体中，则应立即删除，不得恢复删除或留存任何副本。

(二) 乙方在提供服务过程中接触或产生涉密数据的，应严格按《中华人民共和国保守国家秘密法》以及其他相关法律法规和制度执行。如由于乙方的原因而导致泄密的，乙方应承担一切法律责任。

(三) 未经甲方书面同意，乙方不得出于任何目的向第三方泄露本合同的任何内容及本合同的签订、履行情况，国家司法机关或监管机构要求提供的除外。

(四) 乙方承担的保密责任期限自本合同签署之日起至甲方公开有关的保密信息之日止。上述保密义务不因本合同的终止、全部或部分条款无效而终止或无效。

## **第九条 不可抗力**

(一) 鉴于本项目的资金来源于北京市财政拨款，如因不可抗力因素或财政部门调减预算，导致活动无法开展，甲方有权提前七天通知乙方终止本合同，且无需承担任何违约责任。届时，乙方将未按预算明细执行的部分经费退还给甲方。乙方应无条件

配合甲方办理相关手续。

(二) 在本合同履行期间，如甲乙任何一方因战争（不论是否宣战）、动乱、地震、飓风、洪灾、台风、火山爆发、暴风雨、严重的火灾、政府行为或该方不能合理预见、不能避免并不能克服的任何其他不可抗力事件，致使该方不能全部或部分履行其合同义务或延迟履行合同义务，免除该方的违约责任。

(三) 受不可抗力事件影响的一方应在尽可能短的时间内用传真或电子邮件通知另一方，说明事件发生的详情和对合同履行的影响程度；并在其后（14）日内以快递信函将有关当局出具的证明文件提交另一方确认。

(四) 受不可抗力影响的一方应尽量设法减少不可抗力事件对合同履行的影响，延迟履行合同义务的期限应与受不可抗力事件影响的期间相当；因责任方怠于履行前述止损义务致使损失扩大，该方不得就扩大损失部分要求免责或赔偿。

(五) 一旦不可抗力情况停止或由其产生的后果已经消除，受影响的一方应立即恢复合同义务的履行，同时用传真或电子邮件通知另一方，并用快递寄出确认函。

(六) 如不可抗力事件的影响持续超过 60 天，则双方应尽快通过友好协商解决本合同进一步履行的问题。

## **第十条 违约责任**

(一) 任何一方未履行或未完全履行本合同项下的义务，均构成违约。违约方应赔偿因违约行为给对方造成的一切损失。

(二) 乙方未按照本合同约定期限完成提供项目成果义务的, 应承担逾期交付责任, 每逾期一日, 需向甲方支付本项目经费总额 0.1% 的违约金; 逾期达 10 日的, 甲方有权解除合同, 乙方应向甲方支付合同总金额 30% 的违约金, 并承担由此给甲方造成的损失。

(三) 乙方违反本合同约定, 所提供本合同项目成果不符合要求, 未通过甲方或甲方委托的第三方验收评定的, 应在甲方指定的期限内更正完善, 由此所增加的费用由乙方自行承担, 如因此造成逾期交付, 按照本条第 (二) 款承担相应责任。

(四) 因乙方侵犯第三方合法权益致使甲方涉及相关纠纷, 甲方有权单方面解除合同, 要求乙方退还本合同全部价款, 乙方应承担由此造成的损失, 包括但不限于诉讼费、保全费、保全担保费、仲裁费、律师费、公证费、调查费及实际损害赔偿金等费用。若合同到期终止后, 发生项目成果中乙方侵犯第三方合法权益致使甲方涉及相关纠纷的, 乙方应向甲方支付合同总金额 30% 的违约金, 并承担由此给甲方造成的损失。

(五) 甲方因乙方违约或侵权行为而招致的调查费、律师费、诉讼费、保全费、保全担保费等相关法律费用, 以及甲方因乙方的原因而向第三方承担的赔偿, 均属于甲方因乙方的违约或侵权而受到的损失, 乙方基于本合同约定应向甲方支付的违约金不足以弥补甲方损失的, 乙方应予以补足。

(六) 乙方擅自中止履行合同义务, 或擅自解除合同, 应退

还已收取的全部合同价款，向甲方支付合同价款总额 30%的违约金，并承担由此给甲方造成的损失。

(七) 因乙方违反本合同约定而须向甲方支付的任何款项（包括但不限于损失赔偿费用、违约金等），甲方有权在向乙方支付项目经费时予以扣除。

(八) 如乙方将本合同规定的工作和任务以任何形式转包、分包、转让或转委托给任何第三方的，乙方应向甲方支付本合同总价款【30】%的违约金，同时，甲方还有权解除本合同。

(九) 除本合同另有约定外，乙方违反合同约定的其他义务的，应向甲方支付合同总价款【30】%的违约金。如经甲方催告后【10】日内拒不改正或改正后仍不符合本合同约定的，则甲方有权解除本合同。

(十) 因乙方违约导致甲方解除本合同的，乙方应当自收到甲方解除通知之日起【10】日内，将基于本合同所取得的全部款项全额退还甲方。

## **第十一条 合同的解除**

### **(一) 甲方解除合同**

乙方存在下列情形之一，甲方有权发出书面通知解除本合同，要求乙方返还已收取的项目经费，并向甲方支付项目经费总额 30%的违约金，前述违约金不足以弥补甲方经济损失的，乙方应当承担由此给甲方造成的全部经济损失：

1. 乙方未按照本合同项目约定期限完成相应工作任务；

2. 乙方所提供本合同项目未通过甲方或甲方委托的第三方验收评定，亦不能在甲方另行指定的期限内完成修正，达到合同约定要求的；

3. 因乙方违反合同约定，致使甲方遭受重大损失，或受到较大声誉负面影响的；

4. 乙方拒绝或阻碍甲方合理监督，经甲方催告后在合理的期限内仍拒绝改正的；

5. 乙方所提供的本合同项目成果出现两次验收不合格，或出现任意违约行为达到两次的；

6. 乙方将承担的工作内容转包，或将本合同项下的权利和义务转让、转委托给第三方的；

7. 乙方存在其他根本违反合同义务的情形，导致本合同无法继续履行的。

## （二）乙方解除合同

如甲方无正当理由未能按本合同约定期限向乙方支付项目经费，逾期达 30 日，并经乙方催告后在合理期限内仍未支付，乙方有权以书面通知解除本合同。

（三）如本合同因甲乙任何一方根据本条约定行使合同解除权而全部解除，本合同尚未履行部分终止履行；对本合同已经履行部分，行使合同解除权的一方有权根据本合同其他条款之约定采取救济措施，包括要求对方赔偿己方因执行本合同而发生的一切支出和遭受的一切损失。

## 第十二条 争议解决

(一) 因本合同而发生的争议,应首先由甲乙双方协商解决。如协商不能解决的,则任何一方可以向甲方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼;

(二) 诉讼进行过程中,双方将继续履行本合同未涉诉讼的其它部分。

## 第十三条 通知

双方关于本合同及项目履行事宜的书面通知,应当按照本条所列明的地址发出。如果以快递或者挂号信形式寄送的,自发出之日起第3日视为送达之日,内容以邮寄单据记载为准;以传真发出的,发出后下一个工作日即被视为送达,但应有传真确认报告为证,并应发出上述确认信件(确认信件与传真件内容不符的,以传真件为准);以电子邮件方式发出的,发出后的下一个工作日视为送达。依照本条列明接收信息以任意方式所发送的书面文件,拒收均被视为送达。任何一方的联系方式发生变更的,应当在3日内通知相对方,否则因此产生的一切不利后果自行承担。本合同所约定的各方地址适用于各方各类通知等书面文件以及就合同发生纠纷时相关文件和法律文书的送达,同时包括在争议进入诉讼等程序后的一审、二审、再审和执行程序。

甲 方:北京科学中心

地 址:北京市西城区北辰路9号

邮 编:100029

电 话：010-83059899

电子邮件：jiaying@bjsc.net.cn

收 件 人：贾颖

乙 方：北京信通传媒有限责任公司

地 址：北京市丰台区顺八条一号院二楼北阳晨光大厦

邮 编：100070

电 话：13717558657

电子邮件：2996564894@qq.com

收 件 人：刁毓

#### **第十四条 生效及其他**

(一) 本合同未尽事宜，双方应友好协商解决并签订《补充协议》。《补充协议》经双方盖章确认后，与本合同具有同等的法律效力。

(二) 合同项目在执行过程中，如果随着研究工作的深化，发现本项目或原定的任务、指标等确需撤销或作必要调整、修改时，经甲、乙双方协商同意并签订项目合同修改书。

(三) 本合同的所有附件均是本合同不可分割的组成部分，与本合同具有同等法律效力。若附件内容与合同正文有任何不一致，以合同正文为准。

(四) 本合同一式伍份，甲方执肆份，乙方执壹份，具有同等法律效力。

(五) 本合同经双方法定代表人/负责人或授权代表签字(或盖人名章)并加盖公章或合同专用章后生效。

(六) 本合同各条标题仅为提示之用,应以条文内容确定各方的权利义务。

(七) 未得到对方的书面许可,一方不得以广告或在公共场合使用或变相使用对方的名称、商标、图案、服务标志、符号、代码、型号或缩写,任何一方不得声称对对方的名称、商标、图案、服务标志、符号、代码、型号或缩写拥有所有权。

(八) 本合同的任何内容不应被视为或解释为双方之间具有合资、合伙、代理、劳动或劳务关系。

(九) 本合同替代此前双方所有关于本合同事项的口头或书面的纪要、备忘录、合同和协议。

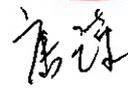
本合同附件为:《项目实施方案》

《招标文件 采购需求》

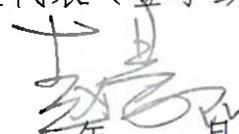
(以下无正文)

(本页为《2026年场馆数字资源研发与推广项目委托服务合同》签章页，注意加盖骑缝章。)

甲方：(盖章)  
法定代表人/负责人  
或授权代表(签字或盖人

名章)：   
日期：2026年 2 月 10 日

乙方：(盖章)  
法定代表人/负责人  
或授权代表(签字或盖人名

章)：   
日期：2026年 2 月 10 日

# 招标文件 采购需求

## 一、项目概述

为全面落实《关于新时代进一步加强科学技术普及工作的意见》《北京市全民科学素质行动规划纲要（2021—2035年）》相关要求，助力场馆数字资源建设。2026年场馆数字资源研发与推广项目将围绕“数字资源升级”与“技术赋能品牌建设”两大核心方向，重点推进包括聚焦场馆动态，深化数字资源研发工作。借力AI等新技术新工具，打造精品数字资源成果。强化资源联动，持续支撑场馆重大节点活动。此外，根据场馆日常需要对主场馆进行氛围营造工作。通过多样化宣传推广手段，拓展线上线下渠道，将线上方式与线下方式进行融合，更好的服务北京科学中心总体宣传推广工作。

## 二、采购内容及要求

工作内容为全年研发制作完成不少于94个数字资源内容，包括五大类内容，分别是展览展项数字资源30个，时长不少于90秒；科学教育活动数字资源12个，时长不少于90秒；户外科学广场数字资源10个，时长不少于90秒；弘扬科学家精神数字资源24个，其中手绘系列视频6个，时长不少于150秒，纪实再现系列视频18个，时长不少于90秒；特色活动数字资源18个，时长不少于90秒；此外，还有重要活动跟拍及影像资源

留存 30 次；场馆氛围营造工作 4 次及相关短视频研发、物料制作等成果推广工作。

本项目数字资源研发成果应保证实现如下需求：

(1) 拍摄格式 4K，成片交付无水印 MP4 格式，需提供 4K 画质（3840\*2160）格式和高清画质（1920\*1080）格式各一套；

(2) 视频应按采购人要求及时进行修改，确保视频高质量完成；

(3) 所制作内容须保证合规性、科学性、文字正确性等。合规性方面，所制作内容应当符合国家要求，不涉及敏感信息。科学性方面，所制作内容在发布前须经过相关专家审核通过，审核证明须包含专家签字确认信息，以保证内容的科学准确。文字正确性方面，所制作内容在发布前应当通过制作方自有三审三校流程，避免基础性错误出现。

(4) 制作方需确保所有素材（包括但不限于拍摄画面、配乐、字体、特效）无版权纠纷，有需要时需提供相关授权证明文件，且被授权方应明确为北京科学中心。如因版权问题引发法律责任，由制作方全权承担。

(5) 制作方需配合甲方视频发布提供建议与支撑，如文案搭配、封面海报设计等，并根据甲方需求，为重要视频制作 10-15 秒精华预告版本内容，助力提升视频成果推广工作。

### （一）研发制作展览展项数字资源内容。

计划拍摄展品展项系列视频不少于 30 个，运用原理展示、动画演示、实验再现、逛馆攻略等多样化表现形式，坚持寓教于乐，充分展现展览展项线下优质资源。

其中原理讲解展示系列视频 15 个，吉祥物科代表玩转展项系列视频 15 个。原理讲解展示系列视频，内容聚焦科学原理展示，通过实验再现、动画演示等寓教于乐方式介绍展项。吉祥物科代表玩转展项系列视频，内容聚焦展项使用及玩法攻略，通过情景叙事等生动趣味方式介绍展项。

#### 数量要求：

- （1）原理讲解展示系列视频不少于 15 个；
- （2）吉祥物科代表玩转展项系列视频不少于 15 个；

#### 质量要求：

- （1）每个视频时长不少于 90 秒；
- （2）原理讲解展示系列视频中的实验再现、动画演示内容时长不少于 30 秒；该系列视频需提供画面比例 16:9（横屏）、9:16（竖屏）双版本视频；
- （3）吉祥物科代表玩转展项系列视频应配套设计开发吉祥物动态图、表情包、二维贴图、三维图样等，需做到视觉统一、场景适配。所有视觉元素需提供设计源文件。

## （二）研发制作科学教育活动数字资源内容。

计划拍摄科学教育系列视频 12 个，秉承“展教结合，以教为主”理念，形式包括但不限于主题展示视频、达人探馆视频、“北科”品牌视频等。

该系列视频运用不同视频展示形式、拍摄技法、邀请达人、专家等方式重点展示北京科学中心丰富的科学教育资源，吸引更多观众走进北京科学中心，了解科学知识，着力提升观众的逛馆体验。

### 数量要求：

（1）科学教育活动系列视频不少于 12 个，其中达人探馆系列不少于 8 个，邀请的达人、大 V、专家不少于 4 人；

### 质量要求：

（1）每个视频时长不少于 90 秒；

（2）达人、大 V 各平台总粉丝量应不低于 100w，专家应至少为副高级以上，最终出镜视频人选由甲方认可为准；

（3）制作方应做好对出镜嘉宾的背调工作，保证相关人员无不良记录，由此产生的损失由制作方全权承担。

## （三）研发制作户外科学广场数字资源内容。

计划拍摄户外科学广场系列视频不少于 10 个，内容聚焦户

外自然景观，传达融教于景的理念。该系列视频围绕户外展项及植物等自然景观，展示出科学与自然交融的独特魅力。

数量要求：

(1) 户外科学广场系列视频不少于 10 个；

质量要求：

(1) 每个视频时长不少于 90 秒。

(2) 针对拍摄户外建筑、自然景观、科学元素等选景，拍摄前应当提交《拍摄方案》，明确科学主题匹配、拍摄时间规划、镜头脚本设计等内容。拍摄过程中应当充分遵循画面质量、构图、光影、色彩、运镜等要求，高质量完成拍摄工作。

(3) 需提供不少于 50 条高质量素材，涵盖全景镜头、中景镜头、特写镜头。每条高质量素材时长 8-10 秒。拍摄素材应当按照“场景-科学元素-镜头类型”分类命名整理并完成镜头筛选，剔除无效镜头，保留经过初剪初筛的高质量素材，并提供镜头清单。

(四) 研发制作弘扬科学家精神数字资源内容。

计划研发制作弘扬科学家精神系列视频不少于 24 个，以沉浸式、年轻化的传播方式，引导青少年了解科学家故事，传承爱国奉献、求实创新的宝贵品质。以榜样力量强化价值引领，助力培育具有全球视野、家国情怀和科学家潜质的青少年。

## 1. 手绘系列视频

通过手绘逐帧动画的形式，生动讲述科学家的奋斗故事与伟大成就。深度挖掘人物生平与精神内核，结合艺术化视觉设计与动态分镜，将严谨史实转化为富有感染力的视听语言，有效弘扬求真务实、爱国奉献的科学家精神。

数量要求：

(1) 手绘系列视频不少于 6 个；

质量要求：

(1) 每个视频时长不少于 150 秒。

(2) 手绘系列视频需交付分层手绘源文件，图层命名规范，方便后期修改调整。成片需无明显瑕疵（如线条断裂、色彩溢出、动画卡顿、知识性错误等），若出现质量问题，制作方需在 3 个工作日内完成修正。

(3) 关键帧、过渡帧及帧密度要求：核心画面需作为关键帧精细绘制，细节完整度不低于 95%，过渡帧需保证动作逻辑连贯，无变形错位，动态场景帧密度不低于 12 帧/秒；

## 2. 纪实再现系列视频

通过情景再现、史料整合、专家访谈等各种形式，生动展现科学家的生平事迹与卓越贡献。

数量要求：

(1) 纪实再现系列视频不少于 18 个；

质量要求：

(1) 每个视频时长不少于 90 秒。

(2) 纪实再现系列视频中需确保史料来源的准确性、严肃性、合规性；访谈对象需具备权威性，优先选择科学家的同事、弟子、家人、相关领域资深专家；访谈内容需围绕核心事迹、精神内涵、历史影响展开，需选择安静、整洁且与主题适配的访谈环境。

(五) 研发制作特色活动数字资源内容。

计划拍摄特色活动系列视频不少于 18 个，提供活动执行所需的内容采编、拍摄设备支持、素材采集、后期包装等，视频形式采用街采、花絮、混剪、快闪等，持续提升活动影响力。

数量要求：

(1) 特色活动列视频不少于 18 个；

质量要求：

(1) 每个视频时长不少于 90 秒；

(2) 为保障时效性，应于采编当日完成基础制作，最晚不得超过 48 小时完成最终修改并定稿；

(3) 拍摄设备需采用专业级器材，不得使用手机等消费级设备（特殊视角辅助拍摄除外）。

(六) 提供重要活动跟拍及影像资源留存工作。

计划安排不少于 30 次重要活动跟拍及影像资源留存工作，保障中心重要活动摄影摄像需求得到落实及相关工作的有序开展。

通过专业摄影摄像团队，对开幕、论坛、讲座等关键活动进行多维度记录。通过捕捉现场动态、嘉宾互动及精彩瞬间，并系统化归档高质量原始素材，为中心积累宝贵的宣传资料与历史档案，延续活动价值。

数量要求：

(1) 摄影摄像支撑及资料整理留存不少于 30 次；

质量要求：

(1) 每次支撑应至少提供摄影摄像人员各 1 人，摄影摄像设备由乙方提供，最终需求人数根据甲方实际活动需求决定；

(2) 影像资源应第一时间整理归类，并通过网盘、硬盘等形式将资料及时拷贝给甲方；

(3) 拍摄设备需采用专业级器材，不得使用手机等消费级设备（特殊视角辅助拍摄除外）。

(七) 提供场馆氛围营造相关物料的设计制作及安装工作。

### 1. 线下氛围营造物资设计及制作安装

计划完成不少于 4 期旨在提升公众体验感的场馆氛围营造工作，结合不同时段特点与主题风格的布置设计，围绕场馆环境体验升级塑造出沉浸式、互动性强的空间环境与科学知识氛围。包括但不限于东大门展板、园区户外展板、宣传栏、全馆道旗、海报、贴纸、地贴、挂件装饰等。

(1) 物料设计应充分考虑主题适配性、趣味性及合规性等；各点位设计应保持视觉统一性，同时紧扣不同时段主题，设计风格契合主题调性，设计内容需融入科技馆核心科普元素，避免纯装饰性设计。设计需符合国家相关安全标准，需充分考虑防坠落、防刮蹭、防滑设计等，户外物料需考虑防风、防雨、防晒等性能；

(2) 制作方需在每期安装完成后提供不少于 1 个月的免费维护服务，如出现脱落、损坏、褪色等情况，需在 24 小时内到场修复。

(3) 实物应与设计稿校准，确保色彩统一，无明显色差。

### 2. 氛围塑造展示短视频

针对各项氛围营造工作进行延展，开展短视频制作计划，以生动、凝练的方式捕捉并传播氛围营造中核心亮点与感人瞬间，扩大传播及影响力。每期氛围营造制作短视频不少于 2 个。

(1) 每个视频时长控制在 30 秒-2 分钟，内容需聚焦氛围营造核心亮点，可通过第一视角、延时摄影、特写镜头等方式展现氛围营造前后场馆变化及现场互动体验等；

(2) 每期氛围营造的 2 个视频需在安装完成后 5 个工作日内交付，需提供画面比例 16:9（横屏）、9:16（竖屏）双版本视频；

### 3. 相关物料设计制作

承担项目成果相关物料的创意设计与制作工作，样式不少于 4 种，并形成批量成果物料，包括但不限于冰箱贴、海报、宣传册、社交媒体素材等，运用创新的设计理念与高质量的制作标准，确保成果信息的有效传达与品牌形象的统一展现。

(1) 成果物料需统一品牌调性，强化北京科学中心品牌形象。同时还需兼顾实用性与科普性。

(2) 设计稿需经甲方审核通过后方可制作，修改次数不低于 3 次，确保设计效果符合预期。批量制作前需至少打样 1 次，如样品不符合要求，需重新进行优化设计，待符合要求后再批量生产。

(3) 批量制作的物料需进行质检，抽检合格率需达到 100%，整体合格率需达到 95%以上，无印刷错误、材质缺陷等问题。

### 三、项目组织管理体系

要求投标人针对本项目的建设特点，编制投标方自身的组织管理体系建设方案，编制管理服务规划，建立运营管理体系，明确服务管理职责，成立运营服务团队，明确服务流程、服务规范，制定服务制度和日常管理工作方法和措施等，将过程管理、资源管理和服务制度进行详细说明。

### 1、项目团队职责分工

项目承担单位组建由具有核心技能和丰富项目经验的人员组成项目执行团队，各岗位人员分工明确合理，指定一名项目经理对项目实施全程进行管理，按照实施方案，开展上述工作，并全程保证项目人员稳定性，以保证项目实施进度和质量。

### 2、项目实施进度安排

投标人应按照项目管理的方法，由一名项目经理全职行使管理职责，执行合理可行的项目实施进度计划安排并严格执行，并按周、月、年及时提交项目总结报告、专项总结报告及验收文档。

### 3、项目执行规划及监控

建立周报、月报工作制度，投标人应建立完善的绩效监控措施，按照采购要求对数据指标进行节点数据统计和总结，每周报送工作计划并对该周工作进行小结，每月报送月报，对本月进行总结分析，并制定下月工作方案。

建立发布分类统计措施，针对重点工作内容定期及不定期进

行数据汇总和专项工作总结。投标人必须在服务期间保障本项目范围内的有关问题的受理、响应，确保重要、紧急的事故得到及时解决。

#### **四、团队服务及人员要求**

##### **1、项目团队整体配置**

投标人需组建专职项目团队，要求项目核心成员具有丰富的数字资源研发及视频制作类项目经验，项目团队需做到随时响应，团队中须至少保证2人能够做到在工作日采购人发起需求后5分钟内响应，10分钟内到达采购人提供的工作现场进行服务支撑。

投标人须配合采购人项目工作推进，专职稳定团队人员不少于8人。未经采购人同意不能更换，确保人员稳定，保障项目工作顺利实施。

##### **2、项目团队人员岗位职责**

以下为核心专职岗位配置，应不少于8人。

(1) 项目经理：1人。核心职责包括统筹项目进度、沟通对接、品控执行、风险管控、成果交付验收等。本项目岗位胜任能力应具有硕士及以上学历，新闻与传播或广播电视专业，具备熟悉相关项目申报验收流程，了解行业内项目管理规范，有视频制作类项目岗位经验，能协调科普专家资源等。

(2) 编导：1人。核心职责包括视频选题策划、脚本撰写、

拍摄调度、内容逻辑把控等。本项目岗位胜任能力应具有硕士及以上学历，新闻与传播或广播电视专业，具备较强的科普知识储备及科普内容转化能力，能将专业知识通俗化，熟悉短视频及各新媒体平台传播规律。

(3) 文案策划：1人。核心职责包括辅助脚本撰写、字幕优化、科普知识点核查、文案审校等。本项目岗位胜任能力应具备较强的科普知识储备及沟通协调能力，工作细致耐心，确保审校无错误。

(4) 摄影摄像：2人。核心职责包括拍摄执行、镜头设计、设备调试、素材整理等。本项目岗位胜任能力应具备熟悉短视频拍摄设备，能适配室内外多场景拍摄。

(5) 后期剪辑师：2人。核心职责包括视频剪辑、调色、音效配乐、特效制作、字幕添加、格式输出等。本项目岗位胜任能力应具备熟练使用PR/AE/达芬奇等工具，能快速输出适配多平台（视频号/抖音/B站）的视频版本。

(6) 动画设计师：1人。核心职责包括科普原理可视化动画制作（如细胞分裂、物理实验过程），需熟练使用C4D/Blender等工具。

### 3、其他要求

为避免单一编导、文案人员科普知识盲区，或涉及特殊类视频、软件制作技术要求等情况，可额外配置相应兼职岗位，以解

决上述问题。

另外投标单位需根据工作需要安排人员周末及法定假日参与工作，配合采购人做好摄影摄像、素材整理、项目成果推广等工作，保障项目的持续运营。

## **五、服务期限**

自合同签订之日起至 2026 年 11 月 30 日。

# 2026 年场馆数字资源研发与推广项目 实施方案

## 一、项目背景

为深入贯彻落实《关于新时代进一步加强科学技术普及工作的意见》《北京市全民科学素质行动规划纲要（2021—2035 年）》的核心要求，助力场馆数字化转型与资源体系升级，强化科普服务能力，特启动 2026 年场馆数字资源研发与推广项目。本项目以“数字资源升级”与“技术赋能品牌建设”为双核心，聚焦场馆动态特色，依托新技术手段打造优质数字内容，联动各类资源支撑重大活动开展，同时兼顾场馆氛围营造与多渠道推广，实现线上线下融合服务，全面助力北京科学中心总体传播推广工作落地见效。

## 二、目的意义

项目聚焦“数字资源升级”与“技术赋能品牌建设”核心方向，通过系统研发各类数字资源、强化资源联动、开展场馆氛围营造及多渠道推广，完善场馆数字资源体系，支撑场馆重大节点活动开展，留存珍贵影像资料，融合线上线下传播渠道，助力场馆品牌建设，切实服务北京科学中心总体传播推广工作，充分发挥场馆科学教育职能，为提升全民科学素质提供有力支撑。

## 三、项目名称

2026 年场馆数字资源研发与推广项目

#### **四、项目内容**

##### **1. 打造优质展览展项数字传播矩阵，活化线下展项资源**

以数字化手段赋能线下展览展项，打造多元化视频传播矩阵，计划拍摄展品展项系列视频不少于 30 个，通过多形式呈现、寓教于乐的方式，最大化释放线下展项优质价值。

##### **2. 构建科学教育数字内容体系，深化展教融合实效**

秉承“展教结合，以教为主”核心理念，构建特色科学教育数字内容体系，拍摄科学教育系列视频不少于 12 个，通过多元形式、专业联动，集中彰显北京科学中心教育资源优势，提升公众科学素养与逛馆体验。

##### **3. 打造户外科学数字 IP，传递融教于景核心理念**

聚焦户外科学广场特色，打造专属户外科学数字传播内容，拍摄系列视频不少于 10 个，深度挖掘户外自然景观与科学展项的融合价值，生动传递融教于景的理念，助力公众在自然场景中感知科学魅力。

##### **4. 打造科学家精神数字化传播载体，强化青少年价值引领**

以沉浸式、年轻化传播为抓手，打造科学家精神数字化传播优质载体，拍摄系列视频不少于 24 个，分两大特色系列，深度挖掘科学家精神内核，引导青少年传承爱国奉献、求实创新的品质，培育科学素养。

##### **5. 构建特色活动数字传播体系，提升活动品牌影响力**

为各类特色活动提供全流程数字化支撑，构建特色活动数字

传播体系，拍摄系列视频不少于 18 个，以灵活多元的呈现形式，全方位展现活动亮点，同步保障内容时效性。

#### **6. 建立重要活动影像留存机制，夯实品牌推广基础**

建立规范化、专业化的重要活动影像留存机制，安排重要活动跟拍及影像留存不少于 30 次，配备专业团队与设备，每次至少 1 名摄影师、1 名摄像师，及时整理归档影像素材并交付甲方，为中心品牌推广、历史存档筑牢基础。

#### **7. 打造场馆氛围数字化+实体化融合体系，优化公众体验**

兼顾实体氛围营造与数字化传播，打造场馆氛围融合体系，通过线下物料设计安装、氛围短视频创作、成果物料研发，全方位优化场馆空间体验、强化品牌视觉统一。

### **五、项目进度计划**

1. 启动系列视频前期策划、拍摄、后期制作、审定等相关工作的筹备工作；

2. 于 6 月 30 日前完成中心展览展项数字资源 12 个；科学教育活动数字资源 4 个；户外科学广场数字资源 4 个；弘扬科学家精神数字资源手绘系列 2 个、纪实再现系列视频 8 个；特色活动数字资源 8 个；重要活动跟拍及影像资源留存 12 次；场馆氛围营造工作 2 次及相关短视频研发、物料制作等成果推广工作；

3. 完成甲方要求的其他事宜；

4. 于 11 月 30 日前完成剩余部分工作内容；

5. 于交付全部服务成果并经甲方验收合格后，汇总整理年度

工作资料，并配合甲方做好项目整理归档工作。

## 六、预期效果

### （一）筹备启动阶段（2026年1月—2月）

组建项目专项团队，明确各成员职责（如内容策划、拍摄制作、推广执行、活动对接等）；

完成全年数字资源制作清单、重要活动跟拍清单、氛围营造主题清单的制定与确认；

对接AI技术服务商、物料制作供应商等合作方，确定合作细节与服务标准；

制定详细的制作规范、拍摄标准、推广流程等指导性文件。

### （二）全面实施阶段（2026年3月—11月中旬）

按季度分解数字资源制作任务，每季度末完成当季资源的制作与审核，确保全年94个资源按时交付；

根据重要活动时间安排，提前做好跟拍准备，完成30次活动的跟拍与影像留存工作；

按节点完成4次场馆氛围营造工作，确保布置及时、主题鲜明；

同步推进成果推广工作，线上线下渠道协同发力，定期发布推广内容，跟踪传播数据。

### （三）总结优化阶段（2026年11月下旬）

协助甲方完成全年项目工作复盘，梳理数字资源制作、活动跟拍、氛围营造、推广执行等各环节的成果与问题，并对全年数

字资源、影像素材进行系统整理归档，形成标准化资源库；

## **七、项目预期成果**

### **1. 展览展项数字传播成果丰硕，线下资源实现数字化活化**

建成展览展项数字视频传播矩阵，完成不少于 30 个系列视频（原理讲解 $\geq$ 15 个、吉祥物玩转展项 $\geq$ 15 个），均满足时长及质量标准。通过多元形式将线下展项转化为可线上传播的数字资产，配套完成吉祥物相关视觉素材设计并交付源文件，为后续传播复用提供支撑。

### **2. 科学教育数字内容体系成型，展教融合实效显著提升**

构建贴合“展教结合，以教为主”理念的数字内容体系，完成不少于 12 个科学教育视频（达人探馆 $\geq$ 8 个），邀请不少于 4 名符合标准的达人、专家出镜（经甲方认可且完成背调）。集中呈现中心教育资源优势，吸引公众参与，提升逛馆体验与科学素养，强化科学教育品牌形象。

### **3. 户外科学数字传播 IP 落地，融教于景理念广泛传递**

完成不少于 10 个户外科学广场系列视频，均满足时长要求。聚焦户外景观与展项，呈现科学与自然的融合魅力，传递融教于景理念，扩大中心传播边界，丰富数字传播内容维度。

### **4. 科学家精神数字化传播见效，青少年价值引领凸显**

建成年轻化科学家精神数字化传播载体，完成不少于 24 个系列视频（手绘 $\geq$ 6 个、纪实再现 $\geq$ 18 个），均满足时长及质量标准。通过多元形式挖掘科学家精神内核，引导青少年传承科学

家精神，实现精神传承与价值引领双重目标。

#### **5. 特色活动数字传播能力提升，活动品牌影响力持续扩大**

构建特色活动数字传播支撑体系，完成不少于 18 个系列视频，涵盖多元形式，均满足时长及时效性要求。捕捉活动亮点，形成高质量数字素材，提升活动传播热度，增强公众参与积极性。

#### **6. 重要活动影像留存机制完善，品牌传播基础不断夯实**

建立规范化重要活动影像留存机制，完成不少于 30 次活动跟拍，配备专业人员及设备，及时整理交付影像素材，形成完整影像档案，为中心品牌推广、复盘及存档提供坚实支撑。

#### **7. 场馆氛围融合体系建成，公众体验与品牌形象双提升**

打造“实体氛围+数字传播”融合体系，完成不少于 4 次线下氛围营造，配套制作每次 $\geq 2$ 个短视频扩大影响力；完成不少于 4 种样式成果物料研发，形成统一视觉体系，优化公众体验，提升品牌辨识度与美誉度。