

合同编号:

# 政务网站与政务新媒体运营项目

## 第1包: 政务新媒体运营合同

项目名称: 政务网站与政务新媒体运营项目(第1包: 政务新媒体运营)

甲方(委托方): 北京市文化和旅游局宣传中心(北京市旅游运行监测中心)

乙方(受托方): 环球时报在线(北京)文化传播有限公司

环球网

北京市文化和旅游局  
合同  
11010111





鉴于政务网站与政务新媒体运营项目（第1包：政务新媒体运营）项目通过公开招标确定乙方为本项目中标人，甲乙双方依据《中华人民共和国民法典》等法律法规，本着友好合作、平等互利的原则，经协商一致，特签订本合同，双方共同信守。

## 一、合同名词术语定义

1. “合同”：系指甲乙双方就本项目建设达成并签署的协议，包括所有的附表、附件以及下面指出的构成合同的所有文件。双方同意下列文件作为本合同不可分割的组成部分，彼此相互解释，相互补充：

- (1) 本合同正文及附件；
- (2) 中标人中标文件及书面承诺；
- (3) 招标人招标文件及附件；
- (4) 在合同实施过程中双方共同签署的补充与修正文件。

甲乙双方同意在出现合同理解上的歧义时，按照补充与修正文件、本合同正文及其附件、中标文件及书面承诺、招标文件及附件次序优先执行。

2. “合同价款”：系指根据本合同规定乙方在正确、全面地履行合同义务后，甲方应支付给乙方的费用金额。

3. “服务”：系指任何由乙方按合同项下的要求进行的新媒体内容运营和宣传推广工作，以及配套的软件开发、安装、定制、集成、试运行、测试、培训、运营、维护、修理、技术支持和其他为正常使用和运行系统提供的必要服务。

4. “验收”是指经项目监理方审核，满足验收条件后，由甲方组织对项目进行的验收。

## 二、服务对象、目的和期限

1.乙方为甲方提供政务新媒体运营和宣传推广服务(以下简称新媒体运营)。

2.服务目的：乙方为甲方提供12个月运营服务，确保甲方新媒体矩阵账号有效运营并达到目标效果。

3.合同服务期限为：2026年4月1日至2027年3月31日。

## 三、合同金额及付款方式

### 1.合同金额

合同总金额为人民币4850000元(大写：肆佰捌拾伍万元整)(费用明细附后)。含税，增值税税率6%，不含税金额：4575471.70元，税额：274528.30元。

### 2.支付和结算方式

双方因本合同发生的一切费用均已包含在合同总金额中，并以人民币结算及支付。

乙方的账户名称、开户银行及账号以下面为准：

账户名称：环球时报在线(北京)文化传播有限公司

统一社会信用代码：91110105690808081C

银行账号：3311 5603 7195

开户银行：中国银行股份有限公司北京十里堡支行

银行行号：1041 0000 5400

银行地址：中国北京朝阳区八里庄东里1号A区306

### 3.价款支付方式

3.1 合同签订后30个工作日，且预算资金到位后，甲方向乙方支付约60%的合同总金额作为首付款，即人民币2910000.00元(大写：贰佰玖拾壹万元整)，

乙方向甲方出具等额发票。

3.2 项目中期检查合格后 30 个工作日,甲方向乙方支付约 15%的合同总金额作为中期付款,即人民币 727500.00 元(大写:柒拾贰万柒仟伍佰元整),乙方向甲方出具等额发票。

3.3 项目最终验收合格后 30 个工作日,甲方向乙方支付合同总金额 25%余款,即人民币 1212500.00 元(大写:壹佰贰拾壹万贰仟伍佰元整),乙方向甲方出具等额发票,最终数额根据财政实际批复支付。

3.4 乙方承诺在政府资金未及时到位情况下保证不影响工作进度和服务质量,并不追究由此造成的甲方任何责任。

3.5 乙方负责支付按照国家规定与合同执行有关的相关税费,直至合同执行完成。一切税费已由乙方计入合同总价之中。

#### 四、服务内容和方式

具体服务内容:

主要是运营提升“文旅北京”微信公众号、今日头条号、微博号、小红书、抖音号、快手号、视频号;持续借助多种渠道和资源对重点工作、重大活动、重要展会进行宣推;策划 24 期新媒体线上活动并执行;图像和视频的后期制作等。

服务内容包括但不限于如下内容:

内容编辑服务:原创文章,编辑编译文章、采拍图片及视频、图片处理及视频剪辑、文章图文排版等;

平面设计服务:图解图说,按需设计海报、长图、主题图等;

内容发布服务:全年不间断发文;

平台推广服务:活动组织、奖品发放、活动数据汇总;

数据分析服务：平台相关数据整理与汇总；

策划和执行服务：新媒体线上活动的完全策划与执行；

应急保障服务：7\*24小时编辑服务、技术保障服务；

驻场服务：要求指派1人驻场服务，办公地点另行通知；

其他服务（详见招投标文件）。

## 五、双方责任

### 1.甲方责任

(1) 在项目实施过程中，甲方指派项目负责人，并做好组织、配合与协调工作。

(2) 乙方向甲方提供的内部资料，甲方予以保密，甲方不向任何第三方泄露乙方的商业机密和技术机密。

(3) 在项目满足验收条件后10个工作日内，甲方根据合同规定及时组织相关人员对项目进行验收。

(4) 严格按照合同规定的付款方式向乙方支付合同款项。

### 2.乙方责任

(1) 严格按照运维服务规范及本合同约定，组织相关编辑、策划、设计、技术人员等会同甲方指定人员成立项目组，负责本项目的相关服务工作。

(2) 按本项目招标文件中的要求及甲方的实际情况，提供新媒体运维手册、后台常见操作问题及分析解决方案、相关软件如第三方编辑器、数据分析等的使用培训。

(3) 根据甲方的实际工作情况，根据新媒体运营需要，完成小程序的开发或接入、提供可行的技术解决方案和服务保障。

(4) 甲方向乙方提供的内部资料乙方应予以保密，乙方承诺不向任何第三方泄露。

(5) 乙方应按合同规定时间提交相关的运营服务及支持文件，并积极配合甲方、第三方测评单位对服务结果评估验收。本合同验收由甲方、乙方和监理方三方共同进行或按相关规定进行。

(6) 乙方应充分了解甲方的需求，并有责任向甲方阐述对业务需求的理解，以求达成理解一致。

(7) 乙方应负责在相关服务完成时，将相关服务产生的全部有关（包括但不限于）服务文件、资料、培训教材等相关文档（包括电子文档）汇编成册交付甲方，乙方若不能完整交付服务需提交或约定应当提交的文件和文档，必须负责补齐，否则视为未按合同约定提供服务或验收不合格。

(8) 乙方在运营的过程中，应保证原创文章（图文及音视频）真实合法，转载文章均来自有新闻资质的网站，以及经平台认证的机构账号。非必要不得转载、使用个人来源内容。内容、页面、链接等发布准确，甲方、监理方和第三方测评单位如果发现的错误量达到文章年度运维数量的5%，那么将扣除对应项目合同款的0.5%作为违约金，错误量以甲方、乙方和监理方三方确认的错误清单为准。

(9) 乙方应配备合格驻场人员，未经甲方书面同意不得擅自更换；甲方有运维应急需求时，乙方须安排或要求驻场人员配合加班，相关费用已包含在甲方支付给乙方的服务费用中。

乙方须管理驻场人员严格遵守甲方规章制度、安全与消防管理、保密规定和各项具体要求，妥善处理、保管甲方财物，对其违规行为及造成的甲方损失承担

全部责任。

乙方负责驻场人员人身安全管理，承担其自身人身损害及造成甲方、第三方人身与财产损失的全部责任。

## 六、知识产权

任何一方应尊重并保护对方及相关第三方的知识产权。

乙方应保证，甲方及北京市文化和旅游局在使用乙方提供的服务或相关服务成果的任何一部分时，免受第三方提出的侵犯其知识产权的索赔或诉讼，合同到期后仍然有效，第三方授权使用的图片、文字、视频等产品，乙方应保证甲方及北京市文化和旅游局能使用三年以上，并在到期前一个月提醒甲方。

甲方应保证，乙方使用甲方提供的相关资料的任何一部分时免受第三方提出的侵犯其知识产权的索赔或诉讼。

如果甲方或北京市文化和旅游局在使用乙方提供的服务或相关服务成果的任何一部分时被任何第三方诉称侵犯了该第三方知识产权或任何其他权利，甲方应立即通知乙方。乙方应负责处理这一指控并应以乙方的名义自负费用向诉求/起诉方提出抗辩。由此可能产生的一切法律责任和经济责任均由乙方承担。甲方将尽可能地对乙方抗辩给予协助，由此发生的费用由乙方承担。

在合同履行过程中，甲方或相关第三方向乙方提供的商标、图片、文字等资料，知识产权属于甲方或相关第三方，为合同目的，乙方及乙方合作第三方享有免费使用权。

在合同履行过程中，乙方提供的相关资料或乙方通过合法方式取得的相关资料的知识产权归乙方所有或已经过第三方合法授权使用，为合同目的，甲方享有长期免费使用权；本款与附件约定不一致的，以附件为准。

乙方制作的北京文旅宣传片的著作权等知识产权权利归甲方所有。

项目服务期间，乙方向甲方提供的系统性能分析及优化评估报告，其所有权归属为甲方所有。自双方合同签订之日起，所产生的有关新媒体平台内的所有内容北京市文化和旅游局拥有所有权或使用权，乙方应充分配合甲方对新媒体账号运营的知识产权进行核验。

## 七、保密条款

1.甲方同意使用至少与甲方使用于自身专有资料相同的谨慎与防范措施，对乙方向甲方透漏的、包含专有资料并标明“专有”或“保密”的任何资料或数据，但无论如何，谨慎不得低于合理程度。未经乙方书面允许，不得复制、向他人透露或者使用该等资料或数据。这些义务不适用于下述任何资料或数据：在未违反本条的情况下属于或成为公共资料的资料或数据；甲方合法地从第三方获得的资料或数据；甲方独立开发并且未从乙方的资料或数据中获益的资料或数据。

2.乙方同意使用至少与乙方使用于自身专有资料相同的谨慎与防范措施，对甲方向乙方透露的、包含专有资料并表明“专有”或“保密”的任何资料或数据，如甲方的需求、业务模式（包括但不限于岗位职能等）予以保密，但无论如何，谨慎不得低于合理限度。未经甲方书面允许，不得复制、向他人透露或者使用该等资料或数据。这些义务不适用于下述任何资料或数据：在未违反本条的情况下属于或成为公共资料的资料或数据；乙方合法地从第三方获得的资料或数据；乙方独立开发并且未从甲方的资料或数据中获益的资料或数据。

3.对于甲方自身的特殊保密需求，甲方有义务对因新媒体运营的需要而提供给乙方的资料和数据实施合乎规定（该类规定包括但不限于相关的保密法律、法规、规定、通知等）的保密处理措施，并对此负责；同时，乙方有义务遵守和配

合执行甲方的保密管理规定与保密措施，并在项目实施完成后，归还甲方提供的非公开的业务资料。

## 八、项目变更

为了维护和兼顾各方的利益，确保运营质量，在本合同签署后，甲、乙双方均有权在履行本合同的过程中合理地提出变更、扩展、替换或修改运维服务内容中的某些部分的建议。为此，双方同意：

1.甲方应当将服务内容变更请求以书面形式提交给乙方。乙方应在5个工作日内对此作出书面回复，其内容包括该变更对合同价格、服务周期、项目服务内容的影响和变化以及对合同条款的影响等。

2.甲方在收到乙方的回复后，应在2个工作日内以书面方式通知乙方是否接受乙方上述回复。如果甲方接受乙方的上述回复，则由乙方发起正式变更流程，由乙方向项目监理方提交书面变更申请；监理方对变更内容进行审核确认，形成变更审核意见，三方对此变更以书面形式予以确认，并按变更后的约定履行本合同。

3.如乙方提出部分服务内容的变更建议，乙方应同时详细阐明该变更对合同价格、运维系统的稳定性、可靠性的影响和变化以及对合同条款的影响等。乙方向项目监理方提交书面变更申请；监理方对变更内容进行审核确认，形成变更审核意见。

4.甲方在收到监理方提交的变更审核意见后，应当在5个工作日内以书面方式明确是否同意和接受乙方的上述变更建议。如果甲方接受变更建议，则三方对此变更以书面形式作出确认，并按照变更后的约定履行本合同。

5.如甲方不同意乙方提出的变更，乙方应修改变更建议直至甲方同意。如乙

方始终无法提供甲方认可的变更方案，甲方将视之为乙方违约。同样，如乙方不同意甲方提出的变更，甲方应修改变更建议直至乙方同意。如甲方始终无法提供乙方认可的变更方案，乙方将视之为甲方违约。违约由合同第十五条处理。

## 九、不可抗力

由于不可抗力的原因，阻止、限制、延迟或干扰双方履行本合同，则应免除双方因不可抗力所延迟或阻止的部分合同的履行责任，但是，双方应采取合理的措施避免或消除该等造成不履行的原因，并且一旦该等原因被消除，则双方应继续履行原受消除原因影响的条款。不可抗力事件系指买卖双方在缔结合同时不能预见、并且它的发生及其后果是无法避免和无法克服的事件，诸如战争、严重火灾、水灾、洪水、台风、地震等。

## 十、违约合同终止

若合同一方有足够证据证明合同另一方未在规定时间内或规定的内容履行本合同项下规定义务，可向对方提出书面违约通知，提出终止部分或全部合同，合同中未终止的部分应继续履行。

## 十一、破产合同终止

如合同一方破产或有证据证明其无清偿能力，另一方可在任何时候以书面形式通知对方，提出终止合同而不给对方补偿。或要求资产保全防止损失扩大。本合同的终止将不影响乙方采取或将要采取的任何行动或补救措施的权利。

## 十二、变更和修改

任何对合同条款的变更或修改均须甲乙双方签订书面补充协议。

## 十三、转让与分包

1. 本合同不得转让。

2.本合同不得分包。

#### 十四、适用法律

本合同适用中华人民共和国法律。

#### 十五、违约金及损失赔偿

1.违反本合同约定，违约方应按照《中华人民共和国合同法》有关条款的规定承担违约责任。

2.除了本合同“不可抗力”规定的不可抗力事故外，如果乙方不能按合同规定时间准时提供服务，甲方在不影响合同项下的其它补救措施的情况下，可从合同价款中扣除误期赔偿费。每延误一日的赔偿费按迟交或未提供的服务费用的0.1%计收，不足1日者按1日计算直至交货或提供服务为止。误期赔偿费的最高限额为合同总价的5%。一旦达到误期赔偿费的最高限额，甲方有权无需乙方同意终止合同。

3.财政资金到位后，如因甲方自身原因导致付款延误，自规定支付最后期限起，每延期1日，甲方应当向乙方支付应付金额0.1%的违约金，但违约金的总数不超过合同总价的5%。一旦达到误期赔偿费的最高限额，乙方有权无需甲方同意终止合同或停止服务。

4.乙方怠于履约或经明示仍不纠正违法违规行为的，以及不能保证新媒体账号正常安全运维的，甲方有权单方采取其他必要的补救措施，所产生的费用由乙方承担。乙方未提供服务部分的预付费用应返还甲方，并向甲方支付合同总价的5%的违约金。

5. 任何一方违反本合同所规定的保密义务，承担由此引起的责任。违约方应按本合同总价的5%支付违约金。此外，当一方的受损失金额超过违约金时，

受损失一方有权要求对方赔偿超过部分。

6. 乙方因违反本合同所约定的知识产权约定，对甲方或北京市文化和旅游局带来负面影响，应承担由此引起的赔偿责任，并按不超过本合同总价的5%支付违约金。

7.乙方在项目服务中出现失误，造成不良社会影响，甲方保留进一步追究乙方责任的权利。

8.如乙方未经甲方书面授权对“文旅北京”等运营账号进行盈利性商业行为，甲方有权单方采取必要的措施，所产生费用及商业行为责任与后果由乙方承担。同时，甲方有权解除合同。。

## 十六、解决合同纠纷的方式

1.甲、乙双方在合同履行过程中发生的一切争议，均应通过双方友好协商解决。如果协商开始后30天还未解决，双方同意选择第（1）种方式解决纠纷：

（1）由甲方所在地有管辖权的人民法院判决。

（2）由北京仲裁委员会仲裁。

仲裁由北京仲裁委员会按其仲裁规则和程序在北京进行。除非双方另行同意，仲裁的官方语言应为中文。仲裁裁决应为最终裁决，对双方均具有约束力。除另有裁决外，仲裁费由败诉方负担。

2. 诉讼、仲裁期间，除正在进行的诉讼、仲裁部分外，合同其它部分继续执行。

## 十七、合同生效及其他

1.下列条件全部符合后，合同生效：

双方法定代表人或授权代表签字并加盖单位公章。

2.下述合同附件为本合同不可分割的部分并与本合同具有同等效力；

(1) 招标文件

(2) 投标文件（如被甲方接受）

(3) 中标/成交通知书

3.本合同一式捌份，具有同等法律效力。甲方叁份，乙方叁份，采购代理机构壹份，采购监督管理部门壹份均具有同等法律效力。

4.本合同满足条款规定的生效条件后即生效，至双方均履行完各自的合同义务后终止。但有关违约、索赔及争端解决的条款除外。

5.合同之未尽事宜，双方本着相互信任和谅解的原则，友好协商解决并签订补充协议。

 <p>甲方：北京市文化和旅游局宣传中心 (北京市旅游运行监测中心) (加盖公章)</p>	 <p>乙方：环球时报在线(北京)文化传播 有限公司 (加盖公章)</p>
法定代表人或委托代理人： (签字或签章) 	法定代表人或委托代理人： (签字或签章) 
地址：北京市通州区留庄路1号院1号楼 4层	地址：北京市朝阳区东三环北路19号中 青大厦16层
开户行：	开户行：中国银行北京十里堡支行
银行地址：	银行地址：中国北京朝阳区八里庄东里 1号 A 区306
户名：	户名：环球时报在线(北京)文化传播

	有限公司
账号:	账号: 3311 5603 7195
邮编: 100022	邮编: 100020
电话: (010) 55525986	电话: (010) 65361101
传真:	传真: (010) 65361899
电子邮箱:	电子邮箱: xuanzhenwei@huanqiu.com
2026年4月1日	2026年4月1日

## 附件一：合同补充约定

### 一、双方的权利与义务

#### 1.甲方的权利与义务

(1)签订合同后，甲方应向乙方提供本项目的有关资料 and 文件。

(2)甲方为乙方项目实施提供必要的环境。

(3)在项目建设实施过程中，甲方应组织相关专家、技术人员参与项目组织管理，并成为管理组成员参与项目的建设的过程始末。

(4)负责协调乙方在本项目中涉及的与相关单位的沟通、协调工作。

(5)甲方委托监理方对乙方的工作进行监督。

#### 2.乙方的权利与义务

(1)严格按照项目管理实施的规定组织相关专家、项目人员等以及甲方指定人员成立项目组，负责本项目的具体实施工作。

(2)结合甲方的实际工作情况，严格按照双方约定完成新媒体的运维与推广工作，为甲方提供可行的解决方案，并组织相关项目人员进行实施。乙方保证本项目的运维和推广符合甲方需求。

(3)乙方按照合同附件的规定指标和工作量完成新媒体运营推广任务，如经监理方和第三方测评单位确认，未完成合同附件规定的指标和工作量，将按照未完成的比例扣除相应合同款项。

(4)在项目运营中，如因乙方原因出现违法或侵权内容，乙方应及时纠正，并将对甲方的影响和损失降低到最小限度。甲方保留追究乙方责任的权利。

(5)乙方须严格按照规范的财务制度对项目执行过程中所发生费用进行逐项记录。形成完整详实的专项财务审计报告，提交甲方备案。

(6)乙方需对项目执行过程中产生的图片、文字、视频、数据资料，管理制度规范等相关资料进行分类整理，形成完整的档案，提交甲方备案。

(7)乙方应确保项目所有数据真实有效，并接受甲方的监督和管理。

(8)乙方保证在没有得到甲方书面授权情况下，不得单方面以“文旅北京”名义以及不能利用“文旅北京”任何资源从事盈利性的商业行为。

(9)乙方应不断配合监理完善新媒体的各项管理制度，建立健全例会制度，拟定每周召开一次周例会，就有关新媒体的具体事项进行商讨和决策。周例会参与的人员包括甲方项目负责人，监理方和乙方项目执行负责人，

(10)若2027年新的服务商中标，乙方应按照甲方要求免费提供项目交接服务。具体交接工作由甲方，乙方和新服务商沟通确定。

## 二、知识产权

### 1.权利归属

甲乙双方确认并同意，新媒体矩阵是甲方所有的财产，甲方拥有新媒体矩阵的各平台账号。新媒体矩阵的知识产权:甲方拥有新媒体矩阵在建设、运营，维护形成的所有内容的知识产权，包括但不限于文字、文档、视频、图片、数据的知识产权。

### 2.不得侵权:

甲乙双方不得在本协议的履行过程中侵犯另外协议一方享有的任何知识产权或侵犯第三方所享有的相关知识产权。

### 3.存续性:

本条规定自本协议生效之日起即应履行，并且不受本协议届满、提前终止或本协议中其它条款的无效或履行完毕等情形的影响。

### 三、项目组织与实施

乙方成立专门的项目组,项目组由各专项组组长组成,人员应具有丰富的新媒体账号运营、内容编辑经验。项目组的人员在服务期间尽量保证稳定不变以保证项目的总体质量。

### 四、跟踪测评

甲方负责聘请第三方测评机构进行新媒体运营工作的监管,对项目的内容运维指标以及推户指标等进行评估,乙方配合第三方测评机构的跟踪评测,评测结果在以评测报告的方式提交。

### 五、项目监理制

1.为确保项目建设的质量,本项目实行监理制。监理方按监理合同的约定,做好项目质量、投资、工期等的控制工作,确保本项目目标实现。公正地维护各方的权益。

2.甲乙双方承认监理方的下述权利;

1)对项目完成质量的检验和确认权;

2)对项目进度检查和监督权;

3)对项目实际竣工日期提前或超过承包合同规定的竣工期限签认权;

4)对项目承包合同约定的工程价格范围内,对项目款支付的审榜和签认权;

5)对项目承包单位的不力人员,有权提出调换人员建议。

3.甲乙双方均同意配合监理工作,方便监理方履行监理责任。

### 六、服务延续性

由于项目运营需要保持延续性,若2027年项目建设与运营服务商未能在2027年4月1日前通过公开招标的形式确定,则乙方按照2026年项目建设与运营要

求继续提供服务，直至新的服务商确定并完成工作交接。

2027年4月1日至新的服务商确定并完成工作交接期间，乙方需出资完成相关建设和运营工作，所产生费用由新的项目建设与运营服务商支付给乙方。

费用估算方式为=2027年中标合同金额X(乙方实际运营天数÷2027年服务期限)

## 七、项目交接

1.根据《政务网站与政务新媒体运营项目招标文件》规定，由于该新媒体矩阵自2026年4月1日起至签订政府采购合同之日止。该新媒体矩阵的相关工作仍需由前运营商运营和维护，故中标人应支付给前运营商在上述期间实施相关工作所产生的费用；费用估算方式为=中标金额×上一个运营商实际运营天数÷365天。

2.项目交接履约保函:项目竣工验收后且合同期满，中标人向采购人提交合同总价的5%即人民币242500元(大写:人民币贰拾肆万贰仟伍佰元整)的履约保函，履约保函时效不少于3个月；乙方与2027年新的项目服务供应商完成工作交接并通过监理方和采购人共同确认后，采购人将于30日内退还交接履约保函。履约保函的用途在于保证中标人与2026年新的项目服务供应商顺利完成工作交接并通过监理方和采购人共同确认。

## 八、文档交付

1.项目验收交付的同时需完成文档交付工作。

2.交付形式:计算机光盘和纸介质形式。

3.交付内容:包括且不限于

(1)新媒体运维方案及工作总结:

(2)在线客服咨询记录;

(3)非功能性需求满足方案及工作总结等。

## 九、主导语言

甲乙双方所有的来往函电合同以及和合同有关的文件均以中文书写。

附件二：报价明细表

序号	明细项目名称	计价 单位	数量	单价 (元)	金额 (元)
1	“文旅北京”微信公众号运营	项	1	700000	700000
2	“文旅北京”今日头条号运营	项	1	300000	300000
3	“文旅北京”微博号运营	项	1	600000	600000
4	“文旅北京”抖音号运营	项	1	600000	600000
5	“文旅北京”快手号运营	项	1	600000	600000
6	“文旅北京”视频号运营	项	1	600000	600000
7	“文旅北京”小红书号运维	项	1	600000	600000
8	北京号运营	项	1	50000	50000
9	活动策划	项	1	300000	300000
10	在线咨询	项	1	150000	150000
11	活动礼品	项	1	50000	50000
12	宣传推广	项	1	300000	300000
报价合计					4850000

### 附件三：运维关键指标

2026年4月1日-2027年3月31日项目内容主要是运营提升“文旅北京”微信公众号、今日头条号、微博号、小红书、抖音号、快手号、视频号；持续借助多种渠道和资源对重点工作、重大活动、重要展会进行宣推；策划24期新媒体线上活动并执行；图像和视频的后期制作等。服务内容包括但不限于如下内容：

内容编辑服务：原创文章，编辑编译文章、采拍图片及视频、图片处理及视频剪辑、文章图文排版等；

平面设计服务：图解图说，按需设计海报、长图、主题图等；

内容发布服务：全年不间断发文；

平台推广服务：活动组织、奖品发放、活动数据汇总；

数据分析服务：平台相关数据整理与汇总；

策划和执行服务：新媒体线上活动的完全策划与执行；

应急保障服务：7\*24小时编辑服务、技术保障服务；

驻场服务：要求指派1人驻场服务，办公地点另行通知；

其他服务。

#### 运营总体目标：

利用北京市文化和旅游局网站、“文旅北京”微信公众号、今日头条号、微博号、小红书、抖音号、快手号、视频号等新媒体构建北京市文旅权威信息发布平台，及时全面发布国家关于文化旅游工作的重要方针政策、北京市文化和旅游局重要政务信息、重大文旅行业新闻、文旅政策解读、文旅活动通知、文旅知识和景点介绍、安全旅游常识和预警公告、突发事件信息及应急提示等，并且采用多种方式呈现。持续借助多种渠道和资源对市/局重点工作、重大活动、重要展

会进行宣推，利用新媒体/短视频/直播平台进行线上直播，扩大活动传播力度。

“文旅北京”微信公众号、今日头条号、微博号、小红书日均更新总量 $\geq 38$ 条，短视频平台日均更新总量 $\geq 8$ 条，重点宣传活动内容发布情况良好，验收合格率 $\geq 95\%$ ，有效提升北京市文化和旅游局的政府服务形象，立足北京市旅游资源，有效促进资源共享与传播，网民的满意度 $\geq 85\%$ （部分指标将根据工作实际需要进行微调，各平台稿件可以共用，但要根据平台特点进行必要的编辑）。

具体的运营目标如下：

（一）“文旅北京”微信公众号运营指标：

1) 微信公众号运营期间不停更，每日微信发布2-3次，每次不少于1篇，每日发文数量不少于3篇，周末及节假日发布不少于1次，发文数量不少于3篇，全年总发文量不少于1567篇；

2) 活动策划：服务期内策划线上宣传活动不少于10期；

3) 围绕局重点宣传活动不少于20个。

4) 乙方根据“文旅北京”微信公众号的定位和特点，提供切实可行的微信内容建设与运营方案，以确保微信的权威性。

5) 内容上，乙方需要满足北京市文化和旅游局政务信息发布需求，确保内容准确，同时要兼顾用户出行需求，捕捉文旅热点，提供公共文化服务信息和丰富的旅游产品，提升微信的互动性，增强微信的服务功能，提高原创文章的阅读数。

6) 在流程上，乙方需要提供如何与宣传推广活动进行总体配合，发挥整体优势的解决方案。

7) 在互动上，需要提供包括微信征文在内的至少四种以上的活动方式。

(二) “文旅北京”今日头条运营指标:

- 1) 头条号运营期间不停更, 每工作日发布文章不少于3条, 周末及节假日不少于2条;
- 2) 文章形式, 不少于3种, 包括图文、长图、视频、海报等多种形式;
- 3) 服务期内围绕局重点宣传活动不少于25个。
- 4) 根据今日头条的运维规则 and 用户特点, 在充分理解运营需求的基础上, 乙方提供“文旅北京”政务头条号的运营方案, 包括但不限于内容采编方案、人员配备方案、宣传推广方案、互动提升方案, 与北京旅游网中文网站、3G网站和其他新媒体的衔接和融合方案等。

(三) “文旅北京”微博号运营指标:

- 1) 微博运营期间不停更, 每工作日更新微博不少于15篇, 每周末和节假日更新微博不少于8篇, 全年发布文章数量不少于6000条;
- 2) 微博帖文形式, 每日不少于3种, 包括图文、长图、海报、长文、视频等多种形式;
- 3) 服务期内创建并运营微博原创话题不少于40个;
- 4) 活动策划: 全年策划线上宣传活动不少于10期;
- 5) 服务期内围绕局重点宣传活动不少于40个。
- 6) 乙方提供微博提升方案, 内容建设与运营方案, 包括但不限于微博全年选题计划、内容发布计划、内容采编方案、人员配备方案、宣传推广方案; 根据微博平台及用户特点, 精准营销, 丰富微博的内容发布形式, 包括但不限于直播、短视频、图文、思维导图、长文章、互动H5等方式, 提升文章阅读量; 策划微博话题, 在原有基础上, 策划文旅结合的微博话题; 与用户加强互动, 增强用户

粘性；加强与市政府委办局、各区文化和旅游部门官方微博互联互通；借助平台特点，配合宣传活动推广传播，提升“文旅北京”品牌影响力。

（四）“文旅北京”抖音号运营指标：

- 1) “文旅北京”抖音号运维，运营期间不停更；
- 2) 服务期内发布视频总量不少于1000条，其中原创剪辑短视频不少于700条；
- 3) 活动策划：服务期内策划线上宣传活动不少于2期；
- 4) 围绕局内重点宣传活动进行抖音直播等；
- 5) 服务期内围绕局重点宣传活动不少于30个。

6) 乙方提供抖音号运营推广方案，包括但不限于人员配备方案、素材来源计划、内容采编计划、选题计划、宣传渠道及推广计划等。运营内容需满足北京市文化和旅游局的功能定位和工作需要，全面推介北京旅游资源、展现北京文化元素。

（五）“文旅北京”快手号运营指标：

- 1) “文旅北京”快手号运维，运营期间不停更。
- 2) 服务期内发布视频总量不少于600条，保证账号更新频次，保证账号活跃度；
- 3) 服务期内围绕局内重点宣传活动进行快手直播等；
- 4) 服务期内围绕局重点宣传活动不少于30个。

5) 乙方提供快手号运营推广方案，包括但不限于人员配备方案、素材来源计划、内容采编计划、选题计划、宣传渠道及推广计划等。运营内容需满足北京市文化和旅游局的功能定位和工作需要，全面推介北京旅游资源、展现北京文化

元素。

(六) “文旅北京”视频号运营指标：

- 1) “文旅北京”视频号运维，工作日不停更；
- 2) 服务期内发布视频总量不少于1000条，保证平均每天不少于2条，保证账号更新频次（发布数量和频次最终以要求为准）；
- 3) 服务期内围绕局内重点宣传活动进行视频号直播等；
- 4) 服务期内围绕局重点宣传活动不少于30个。
- 5) 提供视频号运营推广方案，包括但不限于人员配备方案、素材来源计划、内容采编计划、选题计划、宣传渠道及推广计划等。运营内容需满足北京市文化和旅游局的功能定位和工作需要，全面推介北京旅游资源、展现北京文化元素。

(七) “文旅北京”小红书号运营指标：

- 1) 小红书整体运营，运营期间不停更。
- 2) 服务期内发布视频、图文量不少于600条，保证账号更新频次，保证账号活跃度；
- 3) 关注小红书平台的舆情，并按照要求给出舆情处置建议；关注同类型账号运营情况，取长补短，优化运营方案；
- 4) 全年配合所有直播活动，完成小红书直播，提供技术保障，提供直播策划方案和总结报告；
- 5) 全年配合宣传活动不少于30个，乙方要根据甲方要求，编写和执行宣传方案。

(八) 北京号运营

北京号运营，可同步“文旅北京”头条号或微信公众号内容，不停更（北京

号平台问题导致的停更等除外)。

#### (九) 活动策划

1) 积极配合市局新媒体宣传活动, 根据需求参与活动前期策划与活动执行, 编写新媒体宣传稿件并发布, 编写新闻通稿等必要的宣传内容;

2) 围绕市文化和旅游局及其直属事业单位等进行直播活动;

3) 服务期内策划微信、微博、抖音账号线上活动不少于 24 期, 新媒体微信线上活动不少于 10 期, 微博线上活动不少于 10 期, 抖音线上活动不少于 2 期, 小红书线上活动不少于 2 期并执行;

4) 积极参与北京市文化和旅游局媒体群活动, 全国文化和旅游系统政府新媒体宣传群线上或线下活动, 合同期内不少于 20 次;

#### (十) 在线咨询

新媒体保证有效接收和处理网民留言, 包含网民公开评论、直播间评论、后台私信、邮件等渠道内容, 非甲方要求, 不得关闭评论。舆情信息及时汇报, 简单留言当日回复, 非新媒体文章内容相关留言内容及时报甲方获取回复口径。

#### (十一) 活动礼品

乙方需要根据线上活动策划内容准备活动礼品, 保障新媒体活动的执行。

#### 附件四：合同验收指标

一级	二级	需求量
微信	更新要求	(除甲方要求外) 合同期内不停更
	每日推送文章次数	2-3次
	每日推送文章数量	平均每日 $\geq 3$
	总文章数量	1567篇
	宣传活动	$\geq 20$ 个
	互动形式	$\geq 4$
今日头条	更新要求	(除甲方要求外) 合同期内不停更
	每工作日发布文章数	$\geq 3$ 条
	周末及节假日	$\geq 2$ 条
	文章形式	$\geq 3$ 种
	配合宣传活动	$\geq 25$ 个
微博	更新要求	(除甲方要求外) 合同期内不停更
	每工作日推送博文数	$\geq 15$ 篇
	周末及节假日推送博文数	$\geq 8$ 篇
	全年发布文章数	6000条
	每日帖文形式	$\geq 3$ 种
	创建并运营原创话题	$\geq 40$ 个
	配合宣传活动	$\geq 40$ 个
抖音号	更新要求	(除甲方要求外)

		合同期内不停更
	发布视频数量	≥1000 条
	原创剪辑视频数量	≥700 条
	策划线上宣传活动	≥2 期
	配合宣传活动	≥30 个
	根据需求配合局直播活动	合同期内完全配合
快手号	更新要求	(除甲方要求外) 合同期内不停更
	发布视频数量	≥600 条
	配合宣传活动	≥30 个
	根据需求配合局直播活动	合同期内完全配合
视频号	更新要求	(除甲方要求外) 合同期内不停更
	发布视频数量	≥1000 条
	配合宣传活动	≥30 个
	根据需求配合局直播活动	合同期内完全配合
小红书号	更新要求	(除甲方要求外) 合同期内不停更
	总发布视频、图文量	≥600 条
	配合宣传活动	≥30 个
	根据需求配合局直播活动	合同期内完全配合

章

北京号	更新要求	(除甲方要求外) 合同期内不停更
活动策划	全年策划新媒体微信、微博、抖音线上活动	≥24次
客服咨询	新媒体保证有效接收和处理网民留言, 包含网民公开评论、直播间评论、后台私信、邮件等渠道内容, 非市局要求, 不得关闭评论。舆情信息及时汇报, 简单留言当日回复, 非新媒体文章内容相关留言内容及时报甲方获取回复口径	合同期内保障服务
活动礼品	根据线上活动策划内容准备活动礼品, 保障新媒体活动的执行。	合同期内保障服务