035

政府采购合同

项目编号：JSZC-320000-JSSZ-G2026-0017

项目名称：2026-2027年度"Visit Jiangsu(水韵江苏）"境外社交媒体运营销推广项目

甲方（采购人）：江苏省文化和旅游厅

乙方（供应商）：北京超帆文化传播发展有限公司

2026-2027年度"Visit Jiangsu(水韵江苏）"境外社交媒体运营销推广项目合同

根据《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国民法典》等法律法规的规定，甲乙双方按照招标结果签订本合同。

一、服务内容及要求

第一条 服务内容及要求

1.服务名称：2026-2027年度"Visit Jiangsu(水韵江苏）"境外社交媒体运营销推广项目

2.服务内容（注：具体以本合同约定、采购文件及响应文件，三者中标准高者（严格者）为准。）

全面负责甲方境外社交媒体账号运营及营销推广活动策划组织，主要包括：

2.1 每月按主题开展推广活动，策划互动栏目，增进海外游客对江苏的兴趣和探讨；开设特色专栏，紧跟江苏省外宣活动最新动态，为海外游客提供全面、便捷的旅游信息和服务，提升他们对“水韵江苏”的满意度和认可度；让每一位到访的游客都能成为江苏故事的讲述者，让世界游客更好地认识真实、美好的江苏，吸引更多国际游客来到江苏，感受其独特的水文化魅力和美丽风光，推动江苏旅游产业的持续健康发展。

2.2 乙方提供的项目团队人员配置不少于12人，服务期内需积极配合甲方及江苏各地市在境外召开的旅游推介会等营销活动，协助邀请境外媒体或同业负责人员参加（实际数量视具体要求而定），并派遣至少4名工作人员现场协助。

3.各社交媒体营销推广内容要求

Facebook（脸书）

专页设计及更新	不少于4次专属页面设计（包括但不限于封面及用户照片及头像等），贴文配图设计。
内容创作及发布	每月发布不少于25条英文贴文；文案编辑及撰写；根据内容需求，组织专业摄影师进行图片拍摄，并结合优质素材进行筛选与优化处理。
内容优化与总结	每月进行数据分析，根据粉丝偏好及时调整内容和主题；提供月度数据分析报告。
管理专页	管理及维护社群专页；执行网络公众舆论管理和危机管理。包括社群平台账号的日常运营与维护，包括内容发布、评论回复、私信管理及用户互动；针对负面评论或突发舆情，统一对外口径，妥善引导舆论走向。

粉丝活动	每月组织不少于 1 次线上活动。
咨询互动专区运营	维护专属群组，提供旅游咨询服务；每月发起不少于 1 次互动讨论话题，收集海外游客对江苏旅游的反馈和意见。

X（推特更名）

专页设计及更新	不少于 4 次专属页面设计（包括但不限于封面及用户照片及头像等）；贴文配图设计。
内容创作及发布	每月发布不少于 25 条推文；负责图片拍摄、挑选及修图；配合甲方开展活动，更新话题和活动主题。
管理专页	分析粉丝回应，提高大众与专页互动；精准推送“江苏水乡文化”系列主题内容，便于平台受众根据主题了解“水韵江苏”。
粉丝活动	每月组织不少于 1 次线上活动。
咨询互动专区运营	维护专属群组，提供旅游咨询服务；每月发起不少于 1 次互动讨论话题，收集海外游客对江苏旅游的反馈和意见。

Instagram（照片墙）

专页设计及更新	提供专属页面设计，包括贴文配图设计。
内容创作及发布	每月发布不少于 25 条英文贴文；文案编辑及撰写，包括有关专页背景资料等；根据 Instagram 帖子的文化属性内容需要，负责图片拍摄、挑选及修图；增加粉丝阅读兴趣，提高浏览量；同时，根据甲方开展活动需要，配套开展话题推广和活动主题推广。
咨询互动专区运营	维护专属群组，提供旅游咨询服务；每月发起不少于 1 次互动讨论话题，收集海外游客对江苏旅游的反馈和意见。

Youtube（优兔）

专页设计及更新	不少于 4 次专属页面设计（包括但不限于封面及用户照片及头像等）；视频配图设计。
内容创作及发布	每月发布不少于 4 条视频；文案编辑及撰写，包括主页介绍，视频专题介绍，每个视频描述、背景资料简介等；根据专题内容需要，负责视频拍摄、包装，剪辑等； 针对具备版权的其他团队生产的各类视频，根据内容专题要求进行剪辑调整并发布。

Tiktok（抖音国际版）

封面设计	提供 4 次封面设计服务，提升视频内容的吸引力，进一步增加品牌曝光。

内容质量与创新	持续提升 TikTok 内容的质量与创新性，确保每月至少推出 8 条创作视频。
用户互动与反馈	积极回应 TikTok 平台上的精选用户评论和反馈，提升用户满意度和忠诚度，确保用户互动率（如点赞、评论、分享等）持续保持在较高水平。

4.各社交媒体运营指标要求

4.1 服务期内，Facebook 粉丝增长不少于 20 万；Instagram 粉丝净增长不少于 12 万；Youtube 订阅人数净增长不少于 4 万；TikTok 新增粉丝不少于 14 万；截止 3 月底，各平台粉丝数量分别是：Facebook：2,422,978 人，Instagram：322,868 人，YouTube：74,786 人，TikTok：558,377 人。

4.2 五大平台曝光累计总量不少于 6700 万次，互动累计总量不少于 900 万次，视频播放量不少于 5500 万次（其中 Tik Tok 平台视频播放量不少于 5000 万次）。每月粉丝黏着度不低于 10%（计算公式：粉丝黏着度=五大平台每月互动总量/五大平台每月曝光量，其中互动量包含点赞、评论、分享、图片点击及视频观看）；

4.3 配合甲方开展不少于 3 次重点活动的海外宣传报道，具体包括：围绕重大节点或重点活动，策划并撰写符合国际传播规范的英文公关稿件，通过美通社等国际主流传播渠道进行发布。

4.4 运营期间，需要整合线上线下多种资源，另外发布或转载相关中英新闻稿不少于 100 篇。

4.5 全年邀请不少于 4 位来自江苏主要入境游客源国或重点国际市场的 KOL 博主（【全网粉丝量不少于 5 万】）到江苏进行实地体验和拍摄，江苏省内行程不少于 3 天，体验内容涵盖城市风貌、运河文化、美食体验及当代生活方式。4 名 KOL 需通过自有账号进行宣传，每位博主原创内容产出不少于 2 条。

4.6 月度报告提交：每月月底提交上一月的月度分析报告，包含上月账号运营亮点分析、各平台内容及数据分析等内容。

5.内容审核要求

5.1 相关宣传推广内容须严格执行意识形态监管要求，坚持正确的舆论宣传导向，发布前须经甲方审核确认。

6.服务团队要求：乙方针对本项目需提供专业完善、创新创意的执行团队。并须安排专人主要负责本项目的活动创意策划和落地执行。文件中应提供详细的团队人员配置、岗位分工、职责划分内容。项目实施过程中不得随意变更项目团队成员。

7.服务时间：2026 年 5 月 1 日至 2027 年 4 月 30 日。

8.服务标准：具体以本合同约定、采购文件及响应文件，三者中标准高者（严格者）为准。

9.提供服务的地点：甲方指定地点及线上服务平台。

10.提供服务的形式：线上运营服务与线下执行服务相结合的方式。

第二条 合同总价款

本合同项下服务总价款（含税）为 ￥2,945,000 （大写：贰佰玖拾肆万伍千元整）人民币，分项价款在“分项报价表”中有明确规定。

甲方就本合同所涉事项不再向乙方支付任何其他款项。

第三条 组成本合同的有关文件

1.本合同履行过程中双方共同签署的补充、修正文件及双方确认的明确双方权利、义务的会谈纪要；

2.本合同书；

3.本项目成交通知书；

4.乙方的本项目响应文件的全部内容（含电子档）；

5.本项目采购文件中的全部内容；

6.其他合同文件（需列明）：甲乙双方在成交通知书发出后至本合同签订前的来往函件。

上述文件互相补充和解释，如有不明确或不一致之处，按照上述文件次序在先者为准。同一层次合同文件有矛盾的，以时间较后的为准。

第四条 甲方权利与义务

1.甲方有权向乙方询问工作进展情况及相关的内容，有权检查和监督乙方的服务工作的质量、管理等情况，有权要求乙方以书面形式就前述内容进行汇报。

2.甲方有权对乙方服务过程中出现的具体问题提出建议和意见，有权通知乙方对违反合同规定的行为及时纠正，并按本合同有关规定给予处理。甲方或获其授权的代表可就本合同的任何问题向乙方发出书面指示。乙方须立刻执行甲方发出的指示。若在收到甲方催促执行已发指示的书面通知后三日之内，乙方仍未执行，甲方可另聘第三人执行该指示所要求的工作，并将有关费用作为债务向乙方追讨，或从本合同应付或将付款项中扣除。

3.甲方在任何时候可以向乙方发出书面指示，在合同总体范围内提出变更。

4.若上述任何变更导致了乙方履行本合同项下任何部分义务的费用或所需时间的增减，应对合同总金额和/或项目进度进行合理的调整同时相应地修改合同。乙方必须在接到甲方的变更指示后三日内根据本条款提出调整的要求。如乙方未能在上述期限内提供调整的要求，或者如果甲方经与乙方协商，在合理时间内不同意合同总金额的增减，调整交付期和/或对合同的其他修改等，甲方有权

决定项目变更是否实施。

5. 当甲方认定乙方项目服务人员不按项目服务合同履行其职责，或专业能力、管理能力、责任心较差，不能有效与甲方配合并履行其项目服务义务，或与第三人串通给甲方造成经济损失的，甲方有权要求乙方更换项目服务专业人员，如对甲方造成实际损失的，甲方有权解除合同并要求乙方承担相应的赔偿责任。

6. 甲方有权同意或不同意乙方因自身工作需要而更换合同约定的项目服务人员的要求。

第五条 乙方权利与义务

1. 乙方应严格遵守相关法律法规的规定，保证在合法且不侵犯他人利益的原则下进行项目服务活动，并对其所进行的服务活动负责。

2. 乙方应按本合同所述的时间、服务范围和内容，依据本合同约定及行业通常接受的技术惯例和专业机构承认的标准，高效地履行自己的义务。

3. 乙方应对本项目所提供服务结果的可靠性、准确性、全面性向甲方负责，由于服务结果的可靠性、准确性、全面性不足而导致甲方工作偏差或失误，乙方应承担相应法律责任。

4. 乙方在履行合同期间，履行本合同所确定的项目团队负责人及主要专业技术、管理人员等必须是本项目的实际操作者，未经甲方同意，乙方不得更换或撤离上述人员。

第六条 权利保证

1. 知识产权

（1）在项目期间内，乙方根据本合同要求提交的项目文件及服务成果（包括但不限于阶段性、过程性成果等相关资料）的知识产权（此处及以下所称“知识产权”的类型，包括但不限于专利权、著作权、商标权、商业秘密），归甲方所有，乙方就此不做任何的权利保留。

（2）乙方在项目中使用的由甲方提供的所有资料，包括但不限于本合同及附件、采购文件、设计文件及说明等资料的所有权和知识产权均属于甲方。乙方为履行本合同所形成的深化设计成果及其他任何成果的完整知识产权均属甲方所有。

（3）乙方应确保其按照本合同要求所提交的服务成果及为完成项目而实施的其它工作不侵犯第三人的知识产权。如因上述原因，第三方向甲方提起投诉、申诉或诉讼等，乙方有义务协助甲方处理相关投诉、申诉或诉讼，由此引起的法律责任全部由乙方承担。

2. 所有权

在项目期间内，乙方根据本合同要求提交的项目文件及服务成果（包括但不

限于阶段性、过程性成果等相关资料）的所有权，归甲方所有。除公安机关、人民法院、人民检察院及其他相关政府部门依据相关法律法规查阅外，乙方需要查阅的，应向甲方提出申请，经甲方同意后可以查阅与其有关的材料（应对乙方保密的材料除外）。未经甲方同意，乙方不得擅自将服务成果对外展示或使用，否则，甲方有权解除合同。

第七条 质量保证

1.采购文件规定、响应文件承诺的规范及要求明确的，乙方所交付项目的质量标准应当符合采购文件规定、响应文件承诺的规范及要求，且不应低于国家强制性标准。

2.采购文件规定、响应文件承诺的规范及要求不明确的，乙方所交付项目的质量标准应按照最新的国家、地方标准或行业标准或企业标准确定，均有标准的以高者（严格者）为准。没有国家、地方标准、行业标准或企业标准的，按照通常标准或者符合合同目的的特定标准确定。

3.乙方所交付的项目还应符合国家和江苏省有关安全、环保、卫生之规定。

4.如乙方未能按合同规定履行其质量保证责任和义务，甲方有权委托其他单位来实施，甲方因寻求替代履行所支付的费用和损失，有权向乙方提出赔偿，或从本合同应付或将付款项中扣除。

第八条 交付使用和验收

1.项目报告

乙方根据项目执行进度提供中期报告、结项报告，报告内容需体现项目实施内容，并提供有效佐证材料。

2.甲方应当根据国家、行业验收标准，以及第一条第4点约定的服务标准，明确验收时间、方式、程序和内容等事项，组成验收小组，在收到乙方项目验收申请之日起7个工作日内，对本项目进行实质性验收（验收申请有明显不当的除外）。乙方应对提交的服务成果作出全面检查和整理，并列出清单，作为甲方验收和使用技术条件依据，清单应随提交的服务成果交给甲方。

3.甲方自行组织或视情邀请相关专家或国家认可的质量检测机构参加验收，乙方提供的服务不符合采购文件、乙方响应文件及承诺等有关附件和合同规定的，甲方有权拒收，并由乙方承担验收费用等。

第九条 履约保证金（如有）

第十条 合同款支付

1.本合同项下所有款项均以人民币支付。

2.付款方式：

（1）合同生效后30个工作日内，甲方向乙方支付合同金额的40%；

（2）乙方完成全部服务内容，并提交结项报告经甲方验收后30个工作日内，甲方根据验收结果向乙方支付剩余合同款。

3.甲方每次付款前，乙方向甲方提供等额的增值税发票。

4.因财政资金未按时拨付，付款期限顺延。

付款信息：

公司名称：北京超帆文化传播发展有限公司

税号：9111 0105 0741 5283 2H

单位地址：北京市朝阳区北三环东路8号1幢—3至26层101内16层1657号

电话：010-84765088

开户银行：中国建设银行股份有限公司北京永安支行

银行账户：1105 0162 5300 0000 0488

第十一条 违约责任

1.甲方未按合同规定的期限向乙方支付服务费的，每逾期1日甲方向乙方支付欠款总额0.05%的违约金，但累计违约金总额不超过欠款总额的5%，因财政资金未按时拨付导致甲方迟延付款的，甲方不承担违约责任。

2.如乙方拒绝提供服务的，甲方有权单方解除合同，乙方还应向甲方支付合同总金额30%的违约金。

3.乙方逾期提供本合同项下任一子项服务内容的，每逾期1日，乙方向甲方支付合同总金额0.05%的违约金；乙方逾期提供多项任务要求的，逾期时间及逾期责任累计计算。如乙方累计逾期提供服务达10日，甲方有权解除合同，乙方应向甲方退还全部已付合同款，并向甲方支付合同总金额10%的违约金（此违约金不与逾期违约金并列适用）。

4.（1）乙方所提供的服务中任何一部分不符合合同约定的，甲方有权拒收全部乙方服务内容，甲方亦有权根据实际情况拒收不符合约定部分的服务内容。无论是甲方拒收全部服务内容还是拒收不符合约定部分的服务内容，甲方均有权单方解除合同，甲方无需向乙方支付任何款项，已支付的款项（如有）乙方应予全额退还。（2）甲方仅拒收部分服务内容的，对于该拒收的服务内容，甲方不再向乙方付费，已支付的款项（如有）乙方应予全额退还。同时，每出现一次不符合约定的服务内容，乙方应向甲方支付合同总金额【1】%的违约金。（3）经甲方同意，对于不符合约定的服务内容，乙方整改后重新提供且重新提供内容符合约定的，甲方对于该部分服务内容应予付费，但针对每一整改事项，乙方应向甲方支付合同总金额【1】%的违约金；整改后仍不符合约定的，甲方有权拒收该部分服务内容，并根据上述第（1）（2）项约定执行。

5. 如乙方在本合同履行过程中出现任何一项违约情形，甲方均有权扣除乙方已缴纳的履约保证金（如有），并将乙方应承担的违约责任、侵权责任等全部责任金额在后续应付款中直接扣减，履约保证金和后续应付款不足以支付本合同约定的违约责任或者给甲方造成损失的赔偿责任的，乙方应根据甲方要求另行向甲方支付。

6. 甲方依法或者依照本合同约定解除合同的，解除合同的通知自到达乙方时生效，乙方应退还全部已付合同款（如有），并向甲方支付按合同总金额10%的违约金（其他条款针对违约金有特别约定的从其约定），乙方履约保证金（如有）不予退还。

7. 乙方在承担上述一项或多项违约责任后，仍应继续履行合同规定的义务（甲方解除合同的除外）。甲方未能及时追究乙方的任何一项违约责任并不表明甲方放弃追究乙方该项或其他违约责任。

8. 乙方响应属虚假承诺，或经权威部门检测提供的服务不能满足采购文件要求，或是由于乙方的过错造成合同无法继续履行的，乙方履约保证金（如有）不予退还外，还应向甲方支付不少于合同总金额30%的违约金。

9. 甲乙双方任何一方违反本合同约定的，除应承担上述违约责任外，违约方还应当赔偿因此给守约方造成的一切直接和间接损失，包括但不限于守约方的实际损失、预期可得利益损失以及为实现债权而产生的费用（包括但不限于诉讼费、保全费、保全担保费、律师费、公证费、鉴定费、差旅费）。

第十二条 保密

1. 甲乙双方在履行本合同过程中，所提供、接触、知悉的对方相关仍处于不为公众所知悉或尚未主动对外公开的信息（包括但不限于有关人员、技术、经营、管理等方面的各类信息），均为本条款项下双方所应恪守保密义务所针对的对象，即使该等信息未能在本保密条款的约定中穷尽。

2. 乙方在项目中使用的由甲方提供的所有资料，包括但不限于本合同及附件、采购文件、设计文件及说明等资料，在未事先征得甲方书面同意的情况下，乙方及其任何人员不得发表、引用或向第三方提供或泄漏与项目、本合同或甲方的业务活动有关的资料，以及在合同履行过程中已经形成的制作成果或文字资料。即使乙方并非为了营利目的，如广告宣传、介绍业绩等而采用与项目、本合同或甲方的业务活动有关的文字、图像、模型等，均必须事先经甲方书面同意。

3. 乙方为履行本合同所形成的任何成果，乙方负有保密义务。

4. 甲乙双方在合同中专辟本保密条款，视为双方已就相关需保密信息采取了必要、适当的保密措施。在履行本合同的过程中，除须配合司法调查的情形外，在未征得对方书面同意之前，甲乙双方均负有保密义务，不得向第三方泄露、披

露、透露或促使第三方获得前述应当保密的信息。

5.违反保密义务的，视为严重的根本违约行为，除应按合同约定承担有关违约责任外，还应当承担由此导致的行政乃至刑事法律责任，并应承担损失赔偿责任。

6.保密的内容包括但不限于书面、电子数据等承载保密信息的各种形式。

7.前述保密义务条款为独立条款，不因本协议的解除、终止而失效。

8.如乙方违反保密义务，应向甲方支付合同总金额20%的违约金。

第十三条 合同的变更和终止

1.除《中华人民共和国政府采购法》第49条、第50条第二款规定的情形外，本合同一经签订，甲乙双方不得擅自变更、中止或终止合同。

2.除发生法律规定的不能预见、不能避免并不能克服的客观情况外，甲乙双方不得放弃或拒绝履行合同。如乙方放弃或拒绝履行合同，在三年内不得参加甲方组织的政府采购活动。

第十四条 合同的转让

乙方不得将本项目转包或分包（经甲方同意的非主体子项目分包除外），否则甲方有权单方解除本合同。

第十五条 不可抗力

1.如果合同各方因不可抗力而导致合同实施延误或不能履行合同义务的话，不应该承担误期赔偿或不能履行合同义务的责任。

2.在不可抗力事件发生后，当事方应尽快以书面形式将不可抗力的情况和原因通知对方，并在15日内将有关当局出具的不可抗力证明文件发送给另一方确认。合同各方应尽实际可 能继续履行合同义务，并积极寻求采取合理的方案履行不受不可抗力影响的其他事项。合同各方应通过友好协商在合理的时间内达成进一步履行合同的协议。

3.当不可抗力情形终止或消除后，受影响的一方应尽快以电话、传真或邮政EMS通知对方。

4.受不可抗力影响方应尽一切努力减少因不可抗力而产生的损失，否则应对扩大的损失承担责任。

5.如不可抗力延续超过45日以上（含本数）时，双方应通过友好协商解决本合同的履行问题，并应尽快达成协议。

第十六条 争议的解决

1.因履行本合同引起的或与本合同有关的争议，甲、乙双方应首先通过友好协商解决，如果协商不能解决争议，则采取以下第（1）种方式解决争议：

（1）向甲方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼；

（2）向南京仲裁委员会按其仲裁规则申请仲裁。

2.在争议解决期间，本合同应继续履行。

第十七条 诚实信用

乙方应诚实信用，严格按照采购文件要求和承诺履行合同，不向甲方进行商业贿赂或者提供不正当利益。

第十八条 合同生效及其他

1.本合同自双方加盖公章之日起生效。

2.本合同一式四份，甲乙双方各执二份，具有同等法律效力。

3.本合同应按照中华人民共和国的现行法律进行解释。

4.本合同载明的地址适用于本合同履行及其后可能的诉讼程序，寄送至该地址的书面通知、函件及诉讼文书等，受送达方必须签收，并在签收后三个自然日内将回执寄送给送达方。如受送达方未签收，则留置之日或者邮件退回之日即为送达之日。地址变更的，应当及时书面通知对方，并由对方出具收到该书面通知的回执，变更自回执载明的收到之日起生效，否则变更无效。合同未载明通讯地址的，以住所地为联系地址。

甲方（盖章）：江苏省文化和旅游厅

法定代表人或其授权委托人（签章）：

签订时间：2026 年 4 月 27 日

乙方（盖章）：北京超帆文化传播发展有限公司

法定代表人或其授权委托人（签章）：

签订时间：2026 年 4 月 28 日

附件 1

分项报价表

序号	服务项目	服务内容明细	服务量	单价（万元）
一	Facebook 平台运营服务			
1.1	专页设计及更新	全年不少于 4 次专属页面设计（封面、头像等），贴文配图设计	全年≥4 次	5.00
1.2	内容创作及发布	每月不少于 25 条英文贴文，全年不少于 300 条；文案撰写、图片拍摄与优化	全年≥300 条	22.00
1.3	内容优化与总结	每月数据分析及月度报告撰写	12 个月	4.00
1.4	专页管理维护	日常运营、评论回复、私信管理、舆情监控与引导	全年	1.00
1.5	粉丝活动	每月不少于 1 次线上活动，全年不少于 12 次	全年≥12 次	3.00
1.6	咨询互动专区运营	专属群组维护、旅游咨询，每月不少于 1 次互动话题	全年≥12 次话题	5.00
二	X（Twitter）平台运营服务			
2.1	专页设计及更新	全年不少于 4 次专属页面设计，贴文配图设计	全年≥4 次	4.00
2.2	内容创作及发布	每月不少于 25 条推文，全年不少于 300 条；图片拍摄与修图	全年≥300 条	18.00
2.3	专页管理维护	数据分析、互动提升、主题内容精准推送	全年	7.00
2.4	粉丝活动	每月不少于 1 次线上活动，全年不少于 12 次	全年≥12 次	3.00
2.5	咨询互动专区运营	专属群组维护、旅游咨询，每月不少于 1 次互动话题	全年≥12 次话题	5.00
三	Instagram 平台运营服务			
3.1	专页设计及更新	专属页面设计、贴文配图设计	全年	4.00
3.2	内容创作及发布	每月不少于 25 条英文贴文，全年不少于 300 条；图片拍摄与修图	全年≥300 条	24.00
3.3	话题及活动推广	配合采购人活动开展话题推广和主题推广	全年	6.00

3.4	咨询互动专区运营	专属群组维护、旅游咨询、每月不少于 1 次互动话题	全年≥12 次话题	6.00
四	Youtube 平台运营服务			
4.1	专页设计及更新	全年不少于 4 次频道首页视觉更新、视频缩略图设计	全年≥4 次	4.00
4.2	视频内容创作及发布	每月不少于 4 条视频，全年不少于 48 条；含拍摄、包装、剪辑	全年≥48 条	18.00
4.3	文案撰写与频道管理	视频描述、专题介绍撰写，频道日常管理维护	全年	1.00
五	TikTok 平台运营服务			
5.1	封面设计	全年不少于 4 次封面设计服务	全年≥4 次	4.00
5.2	内容创作及发布	每月不少于 8 条创作视频，全年不少于 96 条	全年≥96 条	34.00
5.3	用户互动与反馈	评论回复、互动维护、数据分析优化	全年	1.00
六	KOL 体验活动			
6.1	KOL 邀请与筛选	全年邀请不少于 4 位 KOL（全网粉丝≥5 万）	4 位	2.00
6.2	行程策划与接待	每位 KOL 江苏省内行程不少于 3 天，含交通、住宿、餐饮、陪同	4 次	2.00
6.3	内容产出协调	每位 KOL 原创内容不少于 2 条；体验内容涵盖城市风貌、运河文化、美食体验及当代生活方式	4 位*2 条	2.00
6.4	活动执行保障	现场工作人员、翻译、应急保障等	1 项	0.00
七	重点活动海外宣传报道			
7.1	英文公关稿件策划撰写	不少于 3 次重点活动，符合国际传播规范	3 次	2.00
7.2	国际主流渠道发布	通过美通社等国际主流渠道发布	3 次	3.00
八	新闻稿发布及转载			
8.1	中英新闻稿发布/转载	全年不少于 100 篇	100 篇	0.50
九	运营投放费用			
9.1	Facebook 粉丝增长不少于 20 万；Instagram 粉丝净增长不少于 12 万；Youtube 订阅人数净增长不少于 4 万；TikTok 新增粉丝不少于 14 万；		全年	48.00
9.2	五大平台曝光累计总量不少于 6700 万次，互动累计总量不少于 900 万次，视频播放量不少于 5500 万次（其中 Tik Tok 平台视频播放量不少于 5000 万次）。每月粉丝黏着度不低于 10%（计算公式：粉丝黏着度=五大平台每月互动总量/五大平台每月曝光量，其中互动量包含点赞、评论、分享、图片点击及视频观看）；		全年	56.00
	合计			294.5

附件 2

中标通知书

致：北京超帆文化传播发展有限公司

江苏苏咨工程咨询有限责任公司现通知贵公司(单位)，经评标委员会评审，并报经采购人确认，贵公司（单位）已成为JSZC-320000-JSSZ-G2026-0017号2026-2027年度"Visit Jiangsu(水韵江苏)"境外社交媒体运营销推广项目项目分包1的中标供应商。

中标金额：2945000.0000元

请贵公司(单位）在中标通知书发出之日起三十日内，按照采购文件确定的事项签订政府采购合同。无正当理由拒不与采购人签订政府采购合同的，根据《政府采购法实施条例》第七十二条追究法律责任。

特此通知！

江苏苏咨工程咨询有限责任公司

2026年[illegible]0日

地址：南京市鼓楼区中山北路285号附楼（原江鹰宾馆）3-4楼

电话：025-83581356

备注：

1.中标供应商可凭政府采购合同办理融资贷款，详情请见江苏政府采购网“政采贷”专栏。

2.如项目收取履约保证金，中标供应商可自愿使用履约保函（保险）代替缴纳履约保证金，具体详见《关于在全省政府采购领域推行电子履约保函（保险）的通知》（苏财购〔2023〕150号）规定。

风险提示：如因质疑、投诉事项成立或因财政部门监督检查，导致中标结果发生变化的，本中标通知书自动作废。