

政府采购合同

合同编号：_____

项目名称：2026“发现南京”海外社交媒体平台运维项目

采购人（甲方）：中国共产党南京市委员会宣传部

中标人（乙方）：北京超帆文化传播发展有限公司

签订日期：_____

合同编号:

政府采购计划号: JSZC-320100-JSGC-G2026-0020

采购人(以下称甲方): 中国共产党南京市委员会宣传部
中标人(以下称乙方): 北京超帆文化传播有限公司

住所地: 南京市北京东路 41 号
住所地: 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

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, 甲乙双方按照采购代理机构的采购结果签订本合同。

第一条 合同标的

乙方根据甲方要求提供下列服务:

运维“发现南京”(Discover Nanjing) Facebook、X(原 Twitter)、Instagram、YouTube、TikTok 五大海外社交媒体账号。

一、 项目内容服务

1. 五大海外社交媒体运营及推广

(1) Facebook 专页运营及推广

包括但不限于提供 Facebook 品牌定位、内容/视觉策略制定, 页面设计、配图设计, 内容创作、发布、素材采集编辑及广告投放服务

Facebook 营销策略制定	品牌社交媒体定位
	内容策略制定
	视觉策略制定
视觉设计及更新	专业页面设计
	部分贴文配图设计
内容创作及管理(英文)	内容定位及贴文创作发布
	合理设定当月主题
	内容资料采集, 编辑, 撰写
社交媒体广告投放	贴文广告投放
	粉丝广告投放

(2) X 品牌专页营运及推广

包括但不限于提供 X 品牌定位、内容/视觉策略制定，页面设计、配图设计，内容创作、发布、素材采集编辑及广告投放服务

Twitter 营销策略制定	品牌社交媒体定位
	内容策略制定
	视觉策略制定
视觉设计及更新	专业页面设计
	部分贴文配图设计
内容创作及管理（英文）	内容定位及贴文创作发布
	合理设定当月主题
	内容资料采集，编辑，撰写
社交媒体广告投放	贴文广告投放

(3) Instagram 品牌专页营运及推广

包括但不限于提供 Instagram 品牌定位、内容/视觉策略制定，页面设计、配图设计，内容创作、发布、素材采集编辑及广告投放服务

Instagram 营销策略制定	品牌社交媒体定位
	内容策略制定
	视觉策略制定
视觉设计及更新	专业页面设计
	部分贴文配图设计
内容创作及管理（英文）	内容定位及贴文创作发布
	合理设定当月主题
	内容资料采集，编辑，撰写
社交媒体广告投放	贴文广告投放
	粉丝广告投放

(4) 优兔（YouTube）及抖音海外版（TikTok）

优兔（YouTube）及抖音海外版（TikTok）两大境外视频媒体“发现南京”（Discover Nanjing）专页运营。提供账号运营、视频策划、拍摄、制作、发布、推广一站式服务制作第一视角沉浸式短视频、季度主题视频、爆款短视频等内容。

2. 内容体系建设

升级“4+2”内容矩阵：在五大海外社交媒体平台上优化四大日常专栏（历史文化、人文生态、博爱之城、高质量发展），围绕创新与经济设计两大特色专栏，需完成专栏的策划、内容生产与运营。

3. 主题活动策划与执行

（1）年度主题营销活动——打造爆款主题活动

紧扣南京城市核心特质，深度融合南京历史文化、生态资源、科创实力、文旅特色等核心元素，打造具有高辨识度、强传播力、广参与度的年度爆款主题营销活动，实现城市形象的多元化、国际化表达，打破单向传播模式，推动城市 IP 与全球受众深度互动。活动结合创新性、差异化和可落地性，南京“经贸交流”“赛事兴城”“文旅融合”等传播优势，可整合线上线下多元场景，涵盖互动体验、内容创作、跨界联动等多种形式，既能凸显南京城市底蕴，又能契合国际传播潮流，适配海外社交媒体传播特点。

活动要求整体达到千万级曝光（整体活动总曝光达 1000 万）、在一定范围内形成一定的传播声量（与国内外其他城市联动发起活动，形成传播矩阵）。

（2）核心主题视频策划

以南京城市视角为核心，策划并制作深度微纪录片系列视频，聚焦在南京生活的本地居民或外籍人士，挖掘其与南京之间的真实故事，重点呈现南京这座城市对其生活、事业、成长、认知带来的具体变化与深刻影响。微纪录片需兼具真实性、情感性与传播性，镜头语言贴合海外受众审美，内容需深度融入南京城市场景（历史街巷、现代地标、生活场景、产业场景等），传递南京包容、温暖、有温度的城市气质，既展现普通人与城市共生的鲜活瞬间，也通过个体故事折射南京历史底蕴与现代活力，助力城市形象的立体化、情感化传播，适配海外社交媒体平台传播，增强内容的共情力与传播力。制作数量不少于 2 条，每条视频不少于 5 分钟。

二、项目数据要求

1. Facebook 专页

（1）每月发布英文帖文 ≥ 30 条，年度粉丝净增长 45 万，粉丝增幅（粉丝增量与粉丝总量的占比）较 2025 年底达到 20%，年度发帖总量高于 2025 年，正向评价率高于 2025 年，点赞率、点赞量、评论率、评论量、转发率、转发量、互动率均高于 2025 年。

（2）专页曝光量 ≥ 8000 万，单条帖文平均互动 ≥ 8000 次，千粉互动率（互动量/粉丝总数 $\times 1000$ ）高于 2025 年。

2. X 专页

年度粉丝净增长 1 万，每月发布英文帖文 ≥ 30 条，单条帖文平均互动 ≥ 500 次，千粉互动率（互动量/粉丝总数 $\times 1000$ ）高于 2025 年，年度发帖总量高于 2025 年，正向评价率高于 2025 年，点赞率、点赞量、评论率、评论量、转发率、转发量、互动率均高于 2025 年。

3. Instagram 专页

- （1）每月发布英文帖文 ≥ 30 条，年度粉丝净增长 5 万，粉丝总数较 2025 年底增长约 15%。
- （2）单条帖文平均互动 ≥ 5000 次，千粉互动率（互动量/粉丝总数 $\times 1000$ ）高于 2025 年，年度发帖总量高于 2025 年正向评价率高于 2025 年，点赞率、点赞量、评论率、评论量、转发率、转发量、互动率均高于 2025 年。

4. YouTube+TikTok 视频专页

年度粉丝净增长 5 万，全年总播放量较 2025 年增长约 10%。千粉互动率（互动量/粉丝总数 $\times 1000$ ）高于 2025 年，年度发帖总量高于 2025 年，正向评价率高于 2025 年，点赞率、点赞量、评论率、评论量、转发率、转发量、互动率均高于 2025 年。

5. 服务要求

2026 年，中国城市海外社交媒体传播力指数榜单全年排名不低于 6 次第一，持续保持前列。

6. 内容质量要求

- （1）全部内容为原创英文内容，符合海外受众阅读习惯，无政治错误、文化偏差、版权风险
- （2）视频、图文符合海外平台规范，画质清晰、创意新颖、适配平台算法

7. 数据交付要求

- （1）按月提交运营数据报告（粉丝量、曝光量、互动量、播放量、排名情况）
- （2）按季度提交阶段性总结，年度提交完整结项报告（含数据、案例、成效分析）

8. 合规性要求

- （1）严格遵守中国外宣政策及海外社交媒体平台规则
- （2）所有内容、投放、活动需经采购人审核通过后执行

9. 人员要求

在本项目执行期间，乙方确项明确项目负责人一名：程倩（项目总监，18136483245），项目负责人专职本项目，核心人员要百分百地投入到本项目中，并且整个项目团队的人员要相对固定，未得到甲方同意不得擅自更换团队服务人员。

10. 传播联动与舆情保障

- （1）多平台矩阵联动传播

乙方需充分整合市属主流媒体平台、政务新媒体矩阵及相关职能部门官方外宣账号资源，围绕项目核心宣传主题，统一策划宣传口径、内容调性与传播节奏，构建“一主题、多账号、多平台”立体化联动传播模式。通过图文、短视频、海报、专题报道等多元形式，实现宣传内容精准触达、高效扩散，全面提升项目传播覆盖面与社会影响力。

（2）全时段舆情与账号运维保障

乙方须提供7×24小时不间断舆情监测、危机公关处置、粉丝互动管理及账号安全维护一体化服务。建立常态化舆情巡查与预警机制，及时捕捉、研判、处置各类网络舆情信息；规范内容发布审核流程，强化发布前校对核查与发布后跟踪管理，坚决杜绝内容错发、漏发、误转发、误点赞、不当评论等操作失误；严格落实账号安全管理要求，采取必要防护措施防范账号被盗、违规操作、恶意举报及平台封禁等风险，确保宣传账号持续稳定运行，维护良好对外宣传形象。

第二条 合同总价款及服务期限

1. 合同总价

本合同项下服务总价款为¥2,958,000（大写贰佰玖拾伍万捌仟元整）人民币，分项价款在“分项报价表”（见附件一）中有明确规定。

甲方就本合同不再向乙方支付任何其他款项。

2. 合同履行期限

自合同签订之日起至2026年12月31日。

第三条 组成本合同的有关文件

招标文件和有关附件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。

第四条 权利保证

乙方应保证为甲方提供服务任何一部分时不受第三方提出侵犯其专利权、版权、商标权或其他权利的起诉。一旦出现侵权，乙方应承担全部责任。

第五条 质量保证

乙方提供的服务必须全部达到招标文件各项要求，国家或行业有规定的，还要符合相应规定。

第六条 交付使用和验收

1、乙方应当在甲方规定的时间内完成招标文件规定的项目并交付甲方使用，不得影响项目进度计划。招标文件有约定的，从其约定。

2、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招标文件和合同规定的，甲方有权拒收，乙方承担验收费用等。

第七条 合同款支付

1、本合同项下所有款项均以人民币支付。

2、本合同项下的采购资金由甲方自行支付，乙方向甲方开具发票。

3、付款方式：

3.1 合同签订后 20 个工作日内，甲方向乙方支付合同金额的 60%；

3.2 2026 年年底前，甲方向乙方支付合同金额的 30%；

3.3 服务期满且项目经审计及绩效评估合格后，双方依据最终核定的结算金额进行结算。乙方按该金额开具发票，甲方在收到发票并审核无误后 20 个工作日内，向乙方支付剩余合同款项。

第八条 违约责任

1、甲方无正当理由拒绝验收或拒付款的，甲方向乙方偿付合同总价的 5%违约金。

2、甲方未按合同规定的期限向乙方支付合同款的，每逾期 1 天甲方向乙方偿付欠款总额的 5%滞纳金，但累计滞纳金总额不超过欠款总额的 5%。

3、如乙方不能按期交付服务的，甲方有权扣留全部履约保证金（如有）；同时乙方应向甲方支付合同总价 5%的违约金。

4、乙方逾期交付的，每逾期 1 天，乙方向甲方偿付合同总额的 5%的滞纳金。如乙方逾期交付达 10 天，甲方有权解除合同，解除合同的通知自到达乙方时生效。乙方逾期交付的，今后参加政府采购信誉将受到影响。

5、乙方在承担违约责任后，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。

6、乙方虚假承诺，或经权威部门检测提供的服务不能满足招标文件要求，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价 30%赔偿金。

第九条 合同的变更和终止

1、除《政府采购法》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。

第十条 合同的转让

乙方不得擅自部分或全部转让其应履行的合同义务。

第十一条 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（1）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、在诉讼期间，本合同应继续履行。

第十二条 诚实信用

乙方应诚实信用，严格按照招标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。

第十三条 合同生效及其他

1、本合同自签订之日起生效。

2、本合同一式四份，甲乙双方各执两份，扫描件发采购代理机构存档。

3、本合同应按照中华人民共和国的现行法律进行解释。

（以下无正文）

甲方：（盖章）

法定代表人或委托代理人：

电话：

开户银行：

账号：

日期2026年7月9日



乙方：北京超帆文化传播发展有限公司（盖章）

法定代表人或委托代理人：

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

账号：11050162530000000488

日期2026年7月9日



附件一：分项报价表

项目名称：2026“发现南京”海外社交媒体平台运维项目

项目编号：JSZC-320100-JSGC-G2026-0020

序号	分项内容		合价	备注
1. Facebook 专页运营及推广				
1.1	营销策略制定 —首席创意运营团队	-品牌社交媒体定位	8000.00	粉丝增幅（粉丝增量与粉丝总量的占比）较 2025 年底达到 20%，年度发帖总量高于 2025 年，正向评价率高于 2025 年，点赞率、点赞量、评论率、评论量、转发率、转发量、互动率均高于 2025 年。千粉互动率（互动量/粉丝总数*1000）高于 2025 年。
		-内容策略制定	8000.00	
		-视觉策略制定	8000.00	
1.2	视觉设计及更新—高级美术设计团队	-专业页面设计	32000.00	
		-部分贴文配图设计	20000.00	
1.3	内容创作及管理（英文）	-内容定位及贴文创作发布（每月发布贴文不少于 30 条）	100000.00	
		-合理设定当月主题	12000.00	
		-内容资料采集，编辑，撰写	15000.00	
1.4	社交媒体广告投放	贴文广告投放（专页曝光量≥8000 万，单条贴文平均互动≥8000 次）	720000.00	
		粉丝广告投放（年度粉丝数净增长 45 万）		
2. Twitter（X）品牌专页营运及推广				
2.1	营销策略制定 —首席创意运营团队	-品牌社交媒体定位	8000.00	千粉互动率（互动量/粉丝总数*1000）高于 2025 年，年度发帖总量高于 2025 年，正向评价率高于 2025 年，点赞率、点赞量、评论率、评论量、转发率、转发量、互动率均高于 2025 年。
		-内容策略制定	8000.00	
		-视觉策略制定	8000.00	
2.2	视觉设计及更新—高级美术设计团队	-专业页面设计	32000.00	
		-部分贴文配图设计	20000.00	
2.3	内容创作及管理（英文）	-内容定位及贴文创作发布（每月发布贴文不少于 30 条）	100000.00	
		-合理设定当月主题	12000.00	
		-内容资料采集，编辑，撰写	35000.00	
2.4	社交媒体广告投放	贴文单条互动超过 500 次	460000.00	
		粉丝广告投放（年度粉丝数净增长 1 万）		
3. Instagram 品牌专页营运及推广				
3.1	营销策略制定 —首席创意运营团队	-品牌社交媒体定位	8000.00	粉丝总数较 2025 年底增长约 15%，千粉互动率（互动量/粉丝总数*1000）高于 2025 年，年度发帖总量高于 2025 年正向评价率高于 2025 年，点赞率、点赞量、评论率、评论量、转发率、转发量、互动率均高于 2025 年。
		-内容策略制定	8000.00	
		-视觉策略制定	8000.00	
3.2	视觉设计及更新—高级美术设计团队	-专业页面设计	32000.00	
		-部分贴文配图设计	20000.00	
3.3	内容创作及管理（英文）	-内容定位及贴文创作发布（每月发布贴文不少于 30 条）	100000.00	
		-合理设定当月主题	12000.00	
		-内容资料采集，编辑，撰写	35000.00	
3.4	社交媒体广告投放	-贴文广告投放（单条贴文平均互动≥5000 次）	470000.00	
		粉丝广告投放（年度粉丝数净增长 5 万）		

4. YouTube+TikTok 视频平台

4.1	优兔 (YouTube) 抖 音海外版 (TikTok)	提供账号运营、视频策划、拍摄、制作、发布、推广一站式服务 制作第一视角沉浸式短视频、季度主题视频、爆款短视频等内容。	120000.00	
4.1		千粉互动率(互动量/粉丝总数*1000)高于2025年,年度发帖总量高于2025年,正向评价率高于2025年,点赞率、点赞量、评论率、评论量、转发率、转发量、互动率均高于2025年。	80000.00	
5	内容体系建设	升级“4+2”内容矩阵:在五大海外社交媒体平台上优化四大日常专栏(历史文化、人文生态、博爱之城、高质量发展),围绕创新与经济设计两大特色专栏,供应商需完成专栏的策划、内容生产与运营。	50000.00	
6	主题活动策划 与执行	年度主题营销活动——打造爆款主题活动。 紧扣南京城市核心特质,深度融合南京历史文化、生态资源、科创实力、文旅特色等核心元素,打造具有高辨识度、强传播力、广参与度的年度爆款主题营销活动,实现城市形象的多元化、国际化表达,打破单向传播模式,推动城市IP与全球受众深度互动。活动方案需具备创新性、差异化和可落地性,结合南京“经贸交流”“赛事兴城”“文旅融合”等传播优势,可整合线上线下多元场景,涵盖互动体验、内容创作、跨界联动等多种形式,既能凸显南京城市底蕴,又能契合国际传播潮流,适配海外社交媒体传播特点。 活动整体达到千万级曝光(整体活动总曝光达1000万)、在一定范围内形成一定的传播声量(与国内外其他城市联动发起活动,形成传播矩阵)。	250000.00	
7		核心主题视频策划 以南京城市视角为核心,策划并制作深度微纪录片系列视频,聚焦在南京生活的本地居民或外籍人士,挖掘其与南京之间的真实故事,重点呈现南京这座城市对其生活、事业、成长、认知带来的具体变化与深刻影响。微纪录片需兼具真实性、情感性与传播性,镜头语言贴合海外受众审美,内容需深度融入南京城市场景(历史街巷、现代地标、生活场景、产业场景等),传递南京包容、温暖、有温度的城市气质,既展现普通人与城市共生的鲜活瞬间,也通过个体故事折射南京历史底蕴与现代活力,助力城市形象的立体化、情感化传播,适配海外社交媒体平台传播,增强内容的共情力与传播力。制作数量不少于2条,每条视频不少于5分钟。	137000.00	
8	传播联动与舆情保障	多平台矩阵联动传播 整合市属主流媒体平台、政务新媒体矩阵及相关职能部门官方外宣账号资源,围绕项目核心宣传主题,统一策划宣传口径、内容调性与传播节奏,构建“一主题、多账号、多平台”立体化联动传播模式。通过图文、短视频、海报、专题报道等多元形式,在微信公众号、微博、抖音、视频号、客户端等主流新媒体平台同步分发推广,实现宣传内容精准触达、高效扩散,全面提升项目传播覆盖面与社会影响力。 全时段舆情与账号运维保障 投标人须提供7×24小时不间断舆情监测、危机公关处置、粉丝互动管理及账号安全维护一体化服务。建立常态化舆情巡查与预警机制,及时捕捉、研判、处置各类网络舆情信息;规范内容发布审核流程,强化发布前校对核查与发布后跟踪管理,坚决杜绝内容错发、漏发、误转发、误点赞、不当评论等操作失误;严格落实账号安全管理要求,采取必要防护措施防范账号被盗、违规操作、恶意举报及平台封禁等风险,确保宣传账号持续稳定运行,维护良好对外宣传形象。	50000.00 12000.00	
工作机制和团队				
9.1	人员运营费用	提供不少于12人的服务团队,提供运营、拍摄、投放创意一站式服务;备注:人员不单独计费,费用包含在日常运营费用当中。	/	
9.2	账号安全性维护及粉丝相关跟进	我公司拥有多年海外社媒运维经验,具有丰富的账号安全保护机制,深知海外社媒运营雷点,多重保护账号不会错发/漏发/误点赞/被封等。	/	
合计:大写贰佰玖拾伍万捌仟元整,小写¥2958000元,				

中标通知书

致：北京超帆文化传播发展有限公司

江苏国采工程咨询有限公司现通知贵公司(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-320100-JSGC-G2026-0020号2026“发现南京”海外社交媒体平台运维项目项目分包1的中标供应商。

中标金额：2958000.0000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！



地址：南京市山西路8号金山大厦A座28楼

电话：025-83690878

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。