小红书宣传推广、腾讯网络媒体宣传

（采购包：腾讯网络媒体宣传）

采购包编号：JSZC-320722-DHHY-C2026-0010

合同编号：JSZC-320722-DHHY-C2026-0010001

采 购 人：东海县文体广电和旅游局

投放单位：江苏东海文化旅游发展集团有限公司

成交供应商：南京优同数字文旅科技有限公司

日 期：2026 年 8 月 7 日

东海县政府采购合同（服务）

（合同编号：JSZC-320722-DHHY-C2026-0010001）

甲　　方：（买方 1）东海县文体广电和旅游局

投放单位：（买方 2）江苏东海文化旅游发展集团有限公司

乙　　方：（卖 方）南京优同数字文旅科技有限公司

甲、投放单位、乙三方根据 2026 年 07 月 13 日 小红书宣传推广、腾讯网络媒体宣传 项目采购包：腾讯网络媒体宣传（项目编号：JSZC-320722-DHHY-C2026-0010）竞争性磋商采购的结果，签订本合同。

一、合同内容

1.1 服务内容： 腾讯网络媒体通过多种媒体资源组合方式投放东海旅游广告，要求精准覆盖各主要目标客源市场受众，实现用户转化。

1.2 服务要求：乙方为甲方（东海县文体广电和旅游局）及各参与投放单位提供东海旅游腾讯网络媒体宣传全流程服务，围绕“水韵江苏·有你会更美”及东海文旅品牌提升目标，依托腾讯全系媒体资源开展精准广告策划、制作、投放、运营、优化及结案评估全流程服务，精准覆盖目标客源市场，提升东海文旅知名度、美誉度，实现客源转化，所有服务须符合本合同及采购文件全部要求，全程接受甲方及投放单位的监督与审核。。

1.3 服务标准：1. 全程数据监测：项目投放期间，乙方实时监测各平台广告投放数据、曝光数据、传播数据，定期向甲方提交阶段性投放数据简报，根据数据动态优化投放策略，保障宣传效果。

2. 第三方评估服务：项目全部投放完成后，乙方须委托明确具体的第三方专业调研机构（机构名称提前书面报备甲方），出具正规有效的广告监播报告、投放效果评估报告，作为项目核心验收依据，相关监测、评估费用全部由乙方承担，甲方无需额外支付任何费用。

3. 结案交付：项目验收阶段，乙方须完整提交项目全流程结案报告，包含项目概况、投放明细、策略执行情况、数据汇总、优化总结、效果分析等全套内容，搭配第三方监播及评估报告，形成完整验收资料。

1.4 补充条款：/。

二、合同金额

2.1 本合同总金额为人民币（大写）：伍拾万元整（¥500000.00）。

腾讯网络媒体宣传中标单价人民币（大写）：玖万陆仟陆佰叁拾玖元肆角整（¥96639.40），具体详见附件《腾讯网络宣传分项报价汇总表》。

投放单位有权选择本合同附件之附表 1-4 中的广告方式及数量，并据此计算乙方的服务报酬总额，以不超过 50 万元为限。

2.2 本合同价款包含所有乙方提供合同约定产品和服务的报酬及乙方提供合同约定产品和服务所支出的必要费用，甲方在上述合同价款之外不再向乙方支付其他任何费用。

三、技术资料

3.1 乙方应按磋商文件规定的时间向甲方或投放单位提供有关技术资料。

3.2 没有甲方事先书面同意，乙方不得将由甲方及投放单位提供的有关合同或任何合同条文或资料提供给与履行本合同无关的任何其他人。即使向履行本合同有关的人员提供，也应注意保密并限于履行合同的必需范围。

四、知识产权

4.1 乙方应保证甲方及投放单位在使用、接受本合同产品和服务或其任何一部分时不受第三方提出侵犯其专利权、版权、商标权和工业设计权等知识产权的起诉。一旦出现侵权，由乙方负全部责任。

五、产权担保

5.1 乙方保证所交付标的的所有权完全属于乙方且无任何抵押、查封等产权瑕疵。

六、履约保证金

6.1 本合同不收取履约保证金。

七、合同转包或分包

7.1 本合同范围内产品或服务，应由乙方直接供应，不得转让他人供应或部分分包给他人供应。

7.2 如有转让和未经甲方同意的分包行为，甲方有权终止合同。

八、服务时间

8.1 服务时间：合同签订之日起至 2026 年 12 月 15 日止（具体联合投放时间以合同约定为准）。

九、合同内容的交付

9.1 交 付 期：按投放单位及甲方要求执行 。

9.2 交付方式：乙方需提供投放验收报告，供甲方及投放单位确认 。

9.3 交付地点：按投放服务单位要求执行。

十、合同款支付

10.1 付款方式：本合同签订后，乙方提供的投放方案经甲方及投放单位认可后，甲方及投放单位向乙方支付 50%预付款；乙方完成项目整体投放量的 50%并提供阶段投放报告后 15 日内，甲方及投放单位向乙方支付 30%进度款；项目整体投放量全部完成后，乙方应向甲方及投放单位提供第三方出具的监播报告和效果评估报告，项目经甲方及投放单位验收合格后 15 日内支付 20%尾款。

本项目甲方专项资金占比为总预算资金的 50%，投放单位资金占比为总预算资金的 50%。在支付合同价款时，甲方及投放单各按照应付金额的 50%分别支付。

在每次付款前，乙方应提供合规的增值税专用发票，否则，逾期付款的责任由乙方承担。

十一、税费

11.1 本合同执行中相关的一切税费均由乙方负担。

十二、质量保证及售后服务

12.1 乙方应按磋商文件规定和响应文件承诺的性能、技术要求、质量标准向甲方提供产品或服务。

12.2 乙方提供的产品或服务在服务期内因其本身出现质量问题，根据实际情况，经三方协商，可按以下办法处理：

（1）更换：由乙方承担所产生的全部费用。

（2）合同终止处理：合同终止，乙方退还甲方支付的合同款，同时承担由此产生的全部费用，甲方不承担任何产生费用。

12.3 如在使用过程中发生质量问题，乙方在接到甲方通知后 3 小时内到达

甲方现场。

12.4 在服务期内，乙方应对产品或服务出现的质量及安全问题负责处理解决并承担一切费用。

十三、项目验收

13.1 甲方依法组织履约验收工作。

13.2 甲方在组织履约验收前，将根据项目特点制定验收方案，明确履约验收的时间、方式、程序等内容，并可根据项目特点对服务期内的服务实施情况进行分期考核，综合考核情况和服务效果进行验收。乙方应根据验收方案内容做好相应配合工作。

13.3 对于实际使用人和甲方分离的项目，甲方邀请实际使用人参与验收。

13.4 如有必要，甲方邀请参加本项目的其他供应商或第三方专业机构及专家参与验收，相关意见将作为验收书的参考资料。

13.5 甲方成立验收小组，按照采购合同的约定对乙方的履约情况进行验收。验收时间、验收标准见磋商文件验收内容。验收时，甲方按照采购合同的约定对每一项技术、商务要求的履约情况进行确认。验收结束后，验收小组出具验收书，列明各项标准的验收情况及项目总体评价，由验收三方共同签署。验收结果与采购合同约定的资金支付条件挂钩。履约验收的各项资料存档备查。

13.6 项目经验收合格的，甲方及投放单位应按约定及时向乙方支付合同款项；项目经验收不合格的，甲方及投放单位有权拒绝支付剩余款项并追究乙方的违约责任。乙方在履约过程中有政府采购法律法规规定的违法违规情形的，甲方将及时报告本级财政部门。

13.7 根据上级指示，一是明确时效考核指标，刚性设定广告投放按期完成率等核心指标，保障项目按期落地、有序推进;二是完善质量考核指标，将广告触达人次、页面点击率、内容转发量、评论互动量等传播成效数据纳入核心考核范畴，具体考核标准详见附件分项报价明细。

十四、违约责任

14.1 甲方无正当理由拒收的服务，甲方向乙方偿付拒收标的总额5%的违约

金。

14.2 甲方无故逾期验收和办理合同款支付手续的，甲方应按逾期付款总额每日 0.01% 向乙方支付违约金，最高限额为本合同总额的 5%。

14.3 乙方逾期交付合同标的的，乙方应按逾期交付总额每日 0.01%向甲方支付违约金，由甲方从待付合同款中扣除，最高限额为本合同总额的 5%。逾期超过约定日期 30 天不能交付的，甲方可解除本合同。乙方因逾期交付或因其他违约行为导致甲方解除合同的，乙方应向甲方及投放单位退还已收款项并支付合同总额 10%的违约金，如造成甲方及投放单位损失超过违约金的，超出部分由乙方继续承担赔偿责任。

14.4 乙方交付的产品或服务不符合磋商文件规定标准、乙方响应文件承诺及国家有关质量标准的，甲方有权拒收并解除合同；乙方征得甲方书面同意并更换，但逾期交付的，按乙方逾期交付处理。乙方拒绝更换的，甲方可单方面解除合同，并由乙方赔偿由此造成的甲方及投放单位全部损失。

十五、不可抗力事件处理

15.1 在合同有效期内，任何一方因不可抗力事件导致不能履行合同的，则合同履行期可延长，其延长期与不可抗力影响期相同。

15.2 不可抗力事件发生后，应立即通知对方，并寄送有关权威机构出具的证明。

15.3 不可抗力事件延续 120 天以上，三方应通过友好协商，确定是否继续履行合同。

十六、解决争议的方法

16.1 甲、投放单位、乙三方因合同签订、履行而发生的一切争议，应通过友好协商解决。如协商不成，按下列第（2）种方式解决：

（1）向连云港仲裁委员会申请仲裁。

（2）向合同签订地法院起诉，合同签订地在此约定为连云港市东海县。

十七、合同生效及其他

17.1 合同经三方法定代表人或授权代表签字并加盖单位公章后生效。

17.2 本合同未尽事宜，遵照《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和

国政府采购法》有关条文执行。

17.3 本合同正本一式捌份，具有同等法律效力，甲方执贰份、乙方执贰份，投放单位执贰份，代理公司执壹份、报壹份至政府采购监督管理部门。

甲方：东海县文体广电和旅游局

地址：江苏省连云港市东海县晶都大道北侧广电中心

法定代表人：

委托代理人：

电话：

乙方：南京优同数字文旅科技有限公司

地址：南京市秦淮区水西门大街2号5楼5FA室

法定代表人：

委托代理人：

电话：

户名：南京优同数字文旅科技有限公司

开户银行：

账号：

投放单位：江苏东海文化旅游发展集团有限公司

地址：连云港市东海县牛山镇和平西路105号

法定代表人：

委托代理人：

电话：

签订日期：2026年8月7日

见 证 方：江苏宏业工程项目管理咨询有限公司

见证日期：2026年8月7日

腾讯网络宣传分项报价汇总表

标段名称：腾讯网络媒体宣传

项目编号：JSZC-320722-DHHY-C2026-0010

序号	报价分项	单位	单价（元）	备注
1	腾讯系媒体广告投放	元 / CPM	59.4	
2	短视频策划制作服务	片	30330	30s 以上 1080P 单支全配套服务
3	专场直播 + 本地推投放	项	28450	含 2 主播+6-8 小时直播+场景+10000 元流量包
4	达人推广（含差旅）	1-10 万粉丝/人	16200	
		10 万粉丝以上	21600	
分项报价合计（即本项目响应报价）		96639.40		

注：各单价报价组成及考核标准详见附件 1-4。

附表 1：

腾讯系媒体广告投放

媒体资源	广告位（展示模式和位置）	城市	竞价模式分项报价（元/CPM）
微信朋友圈	常规图文模式，朋友圈第五顺位	北京、上海	10.8
		南京等城市，见备注 4	9.9
		其它城市，见备注 5	9
	常规视频模式，朋友圈第五顺位	北京、上海	10.8
		南京等城市，见备注 4	9.9
		其它城市，见备注 5	9
分项报价合计（元）			59.4

广告投放考核指标：

1、点击率不低于 0.4%

2、曝光量完成率不低于 100%

附表 2：

短视频策划制作服务需求和报价

产品类型	采景+文案+演员（多视角采景）		
片长	30s 以上		
版本	拍摄 1080p，输出 1080P		
设备需求	4K 数字电影摄像机（含标准镜头、广角镜头、三脚架等）、无人机		
主创人员	摄像组后期剪辑包装组编导		
报价方案明细表			
项目	配置说明	数量	单价（元）
堪景、撰写分镜头脚本		1 片	4320
演员		1 天	2880
化妆师		1 天	2880
编导/美术指导		1 片	3330
摄影师		1 天	2700
航拍飞手		1 天	2520
剪辑师/后期指导		30s 以上	11700
单价合计（元）：30330.00			

短视频策划制作考核指标：

1.场地勘景要求：拍摄前至少提前 3 个工作日完成实地勘景，拍摄场地全景、光线、动线、航拍起降点位、电源点位全部拍照存档；同步记录场地限制（噪音、禁飞、营业时间），形成《勘景报告》提交甲方确认。

2.分镜脚本要求：交付完整分镜脚本，包含镜头序号、画面内容、时长、运镜、台词文案、航拍镜头标注、演员动作；提前 3 天提交甲方审核，书面确认修改意见并定稿。

3.演员前置确认：拍摄前 3 天提供演员形象照、试镜片段，确认演员档期、服装、表演风格；同步告知脚本戏份、拍摄时长，提前沟通表演细节。

4.妆造方案确认：拍摄前 2 天沟通妆容风格，提供妆造参考图；提前确认演员肤质、服装配色，预留化妆时长。

5.编导美术前置规划：拍摄前 3 天出具美术置景、道具清单，搭配画面色调、道具配色方案，同步分镜视觉风格。

6.拍摄设备要求：到场设备必须包含 4K 数字摄像机、标准镜头、广角镜头、专业三脚架、航拍无人机；设备提前 1 天调试，备足备用电池、存储卡、补光灯。

7.画质拍摄标准考核：摄像机拍摄原片素材 4K 录制，成片输出 1080P，画面无过曝、暗部死黑、抖动模糊；航拍镜头稳定无卡顿，多视角素材全覆盖（近景/中景/远景/航拍特写）。

8.人员到场时效考核：全体主创（摄影师、飞手、化妆师、演员、编导）按约定时间提前抵达拍摄场地；

9.成片时长硬性指标：成片时长≥30s

10.剪辑包装标准：完整文案配音、字幕清晰匹配台词、画面转场自然、调色统一；包含航拍、多视角镜头完整穿插，无素材缺失。

附表 3

专场直播+本地推投放

报价方案明细表			
项目	配置说明	数量	单价（元）
直播出境主播	文旅主播	2 人	6120
直播时长	专场直播时长	6-8 小时	8550
直播间背景打造	贴片，视频，场景	1 个	3780
本地推	本地推流量 10000 元	1 个	10000
单价合计（元）：28450.00			

专场直播+本地推投放指标（单场直播数据）：

1、投流费用:10000 元

2、出镜主播人数：2 人

3、单场直播时间：不低于 6 小时

4、提供直播背景打造

附表 4

达人推广报价

合计报价	账号要求	达人数量	单价
达人推广（含差旅））	1-10 万粉丝/人	1	16200
	10 万粉丝以上	1	21600
合计报价（元）：			37800.00

视频号达人推广考核指标：
1-10 万粉丝达人（单条视频数据）：
1、播放量不低于 10000
2、互动量总和不低于 800（互动量总和=大拇指点赞+转发+爱心赞）
3、视频时长不低于 30s
4、视频存在真人出镜画面、达人赴景区实拍
5、发布时效：按约定档期发布，不得延期、删稿、隐藏视频

10 万粉丝以上达人（单条视频数据）：
1、播放量不低于 100000
2、互动量总和不低于 4000（互动量总和=大拇指点赞+转发+爱心赞）
3、视频时长不低于 30s
4、视频存在真人出镜画面、达人赴景区实拍

注：

1、此响应报价表的相关内容不可更改，必须按此表相关内容和要求进行报价，且各单价报价不得缺失，报价不完整视为无效的报价。

2、响应报价采用总承包方式，供应商的报价应包括采购人需求的服务（包含与服务相关的产品）的单价以及各分项报价之和，包括但不限于为提供相关服务所付出的广告策划、制作、审核、发布、制作报告等支出以及相关人员工资和国家强制缴纳的各种社会保障资金，以及供应商认为需要的其他费用等。

3、供应商所报价格为腾讯广告所指定的竞价模式单价报价（若某媒体资源广告位没有竞价模式，则供应商所报价格为可执行价格视为竞价模式报价），该报价以最后各分项报价合计作为价格分计算依据；

4、南京等城市指：广州、深圳、成都、杭州、武汉、苏州、重庆、南京、天津、西安、沈阳、长沙、青岛、宁波、郑州、大连、厦门、济南、哈尔滨、福州；

5、其它城市等指：除北京、上海、备注 3 城市以外的所有城市；

6、重点城市 A：广州、深圳、成都、沈阳、南京、重庆、杭州、武汉、苏州、天津；

7、重点城市 B：宁波、长沙、青岛、无锡、大连、西安、郑州、福州、哈尔滨、昆明、合肥、东莞；

8、其它城市：除北京、上海、重点城市 A、重点城市 B 的其它城市；

9、重点城市：广州、深圳、成都、武汉、大连、沈阳、天津、杭州、宁波、南京、重庆、长沙、苏州、青岛、无锡。