

安阳市文化广电体育旅游局安阳海外推广与媒体 矩阵建立项目合同

甲方：安阳市文化广电体育旅游局

乙方：安阳市中商影视文化传播有限公司

甲、乙双方持诚安工程管理有限公司 2025 年 4 月 15 日签发的安阳市文化广电体育旅游局、安阳市文化广电体育旅游局安阳海外推广与媒体矩阵建立项目（招标单位及项目名称）〔采购编号：安财招标采购-2025-8〕成交通知书，根据采购文件要求，经双方平等协商一致，达成以下合同条款：

一、本合同所指服务为此次公开招标的服务，包括通过构建高效、专业的海外媒体矩阵，整合多元化传播渠道，精准触达目标客群，打造国际化的内容体系，有效提升安阳文化旅游在海外市场的声量和影响力，最终实现海外游客数量的增长，助力安阳市建设成为国际知名的文化旅游目的地，合同总价款为 1975000 元（大写：壹佰玖拾柒万伍仟元整）。

二、服务质量要求及乙方对质量负责条件和期限：

1. 服务质量要求：满足采购单位要求；

2. 乙方对质量负责条件：安阳市海外社交媒体推广策略与 KPI 要求；

1. 社交媒体粉丝增长预估（6 个月）

平台	初始粉丝量	预估增长量（6 个月）	增长策略
Facebook	0	3000-5000	付费广告+本地化内容
Instagram	0	3000-6000	KOL 合作+故事化内容
YouTube	0	1500-3000	教育类内容+实用视频

TikTok	0	3000-6000	挑战赛+品牌话题
Twitter/X	0	1000-3000	话题互动+实用内容
Reddit	0	非粉丝平台	维护核心旅游话题
Pinterest	0	长期积累	视觉素材复用

2.官网 (Website) KPI 优化

指标	目标范围 (6个月)	优化策略
月均访客量	4000-8000	广告投放+多语言 SEO
平均停留时间	60-120 秒	交互地图+虚拟体验
跳出率	30%-50%	多语言跳转+移动端加速
转化率 (咨询/预订)	1%-2%	简化预订流程

3.内容创作需求优化 (6个月)

平台	发帖频率	内容策略
Facebook	1 帖/日	用户故事+活动直播切片
Instagram	1 帖/日	模板化视觉+挑战赛引导
YouTube	1 长视频/月	UGC 剪辑+景点纪录片
TikTok	1 帖/日	爆款模仿+本地化 BGM
LINE	3 帖/周	日韩市场定制内容 (节日+套餐)
官网博客	2 篇/月	攻略合集+游客问答

4.预期效果修正

指标	目标范围	关键保障措施
总曝光量	1000 万-2000 万次	爆款内容+广告投放
社交媒体粉丝增长	2 万-5 万	挑战赛流量+KOL 合作
平均互动率	2%-5%	强互动内容 (投票、问答)

用户咨询/转化	1000-3000 次	即时响应
多语言 SEO 流量增长	50%-100%	优化关键词+多语种内容
海外游客增长	15%-30%	优化预订流程+推进游学合作
CPC (每次点击成本)	降低 20%-30%	UGC 内容+精准广告标签

三、服务时间及内容：

1. 服务时间：自合同签订之日起 6 个月；

2. 服务内容：国际化内容打造：

核心语种实用性宣传内容策划与制作： 针对目标海外市场，完成核心语种（英语、日语、韩语等，具体语种根据市场调研确定）的实用性宣传内容策划与制作，内容形式包括但不限于：旅游攻略、景点介绍、线路推荐、交通指南、住宿餐饮信息、文化体验活动介绍等。

影像与故事化素材整理与创作： 整理安阳市现有优质影像素材（图片、视频），并进行二次创作，同时策划、拍摄和制作高质量、具有吸引力的影像素材和故事化内容，以图文、短视频等多种形式生动展现安阳的文化魅力和旅游特色，增强内容的感染力和传播力。

海外投放与口碑初步形成：

主要社交媒体平台运营： 在海外主流社交媒体平台（如 Facebook, Instagram, YouTube, Twitter/X, TikTok 等，具体平台根据市场调研确定）建立并运营官方账号，定期发布优质内容，与用户互动，扩大安阳文旅在海外社交媒体的影响力。

要求： 不少于 4 个海外媒体平台，从合同签订之日起实现日更。（注：

周末除外。如果周末更，其他时间可调整，一周达到五次）。

OTA 平台合作与内容植入： 推进与国际主流 OTA 平台（如 [Booking.com](https://www.booking.com), Expedia, TripAdvisor 等）建立合作关系，在平台适当位置植入安阳文旅宣传内容，提升安阳在 OTA 平台上的曝光度和预订转化率。

游客点评引导与正面口碑积累： 策划并执行鼓励海外游客在社交媒体和 OTA 平台上分享旅行体验的活动，引导游客发布正面评价和旅行攻略，积累安阳文旅的海外正面口碑。

海外浏览与搜索量增加：

搜索引擎优化 (SEO) 策略： 针对目标海外市场，进行搜索引擎优化，提升安阳文旅相关关键词在海外主流搜索引擎（如 Google, Bing 等）的自然搜索排名，增加海外用户主动搜索安阳文旅信息的可能性。

内容营销与链接建设： 通过优质内容创作和海外机构合作，进行内容营销和链接建设，提升安阳文旅网站和相关页面的权重和流量。

海外游客实现初步增长、预定或问询增加：

监测与评估： 建立完善的数据监测体系，跟踪海外社交媒体互动数据、OTA 平台曝光数据、网站浏览量、搜索量、预订量、咨询量等关键指标，评估项目效果，并根据数据反馈及时调整推广策略。

效果转化： 通过有效的推广策略，最终实现海外游客数量的初步增长，预定或问询数量的增加，为安阳文旅产业的海外市场拓展奠定基础。

促进海外机构“连城游”或“全球探索”初高中游学：

市场调研与机构筛选： 调研海外初高中游学市场，筛选潜在合作机构，重点关注对中国文化和历史感兴趣，具有一定规模和影响力的海外教育机构。

合作洽谈与方案制定： 与海外机构进行初步洽谈，介绍安阳的文化旅游资源和游学产品，共同探讨“连城游”或“全球探索”等主题的初高中游学合作模式，制定初步合作方案。

意向与后续跟进： 争取与海外机构达成初步合作意向，为后续深入合作奠定基础，并持续跟进合作洽谈，推动落地。

四、验收程序和要求

验收时间： 项目具备验收条件时，由采购单位委派专人，根据项目特点对服务期内的服务实施情况进行分期考核，结合考核情况和服务效果进行验收。

验收报告： 验收后，由采购单位及专家等出具验收报告（自行验收的，由采购单位出具）。

五、付款方式及乙方账户：

1.甲、乙双方在本签订合同 5 个工作日内，甲方向乙方支付采购项目中标金额 60%的费用 （大写：壹佰壹拾捌万伍仟元；小写：1185000 元）；

2.2025 年 7 月中旬，甲方向乙方支付采购项目中标金额 20%的费用 （大写：叁拾玖万伍仟元；小写：395000 元）；

3.项目验收完毕后，甲方向乙方一次性支付采购项目中标金额 20%的尾款 （大写：叁拾玖万伍仟元；小写：395000 元）。

乙方账户：

乙方全称: 安阳市中商影视文化传播有限公司

开 户 行: 中原银行 安阳中华路支行

账 号: 7010 9012 0109 0001 0488

六、双方责任和义务

1、甲方的责任和义务

- (1) 对乙方开展工作给予必要的协助。
- (2) 按时验收、及时支付资金;
- (3) 对乙方未按合同约定履约, 在验收报告中注明违约情形和事项, 并应及时通知财政部门。
- (4) 其他法律法规规定应尽的义务。

2、乙方的责任和义务

- (1) 严格按采购文件要求与投标文件的质量及服务承诺执行, 保质、按期履行。
- (2) 不得将合同权利义务全部或部分转让给第三人。
- (3) 验收合格前, 对项目实施和人员的安全负责, 应采取安全措施, 确保人员、材料、设备和设施的安全。
- (4) 遵守法律、依法纳税
- (5) 其他法律法规规定应尽的义务。

七、违约责任:

- 1、甲方无正当理由拒付款项的, 向乙方偿付拒收拒付部分款项总额 5 %的违约金。
- 2、乙方提供服务不符合合同规定, 甲方有权拒付相关款项。
- 3、乙方项目 (部分项目内容) 逾期, 乙方应向甲方偿付逾期项目部分违约金日 0.1 %赔偿费。

八、本合同发生争议时双方应按合同条款协商解决。双方协商不成的，可以根据仲裁协议向当地仲裁机构申请仲裁。当事人没有订立仲裁协议或者仲裁协议无效的，可以向甲方所在地人民法院起诉。

九、本协议如有未尽事宜，双方可协商后另行签订补充协议，补充协议与本协议具有同等法律效力。

十、合同生效及其它：

本合同经甲乙双方代表签字、加盖公章和骑缝章后生效。本合同一式六份，甲方持肆份，乙方持贰份，具有同等法律效力。

甲方：安阳市文化广电体育旅游局 乙方：安阳市中商影视文化传播

授权代表：



授权代表：



2025年4月17日

2025年4月17日