

第五届全球文旅创作者大会（洛阳站）

抖音平台宣传项目合作协议

甲方：洛阳市文化广电和旅游局

乙方：深圳市灵豹广告有限公司

甲乙双方依照《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国广告法》及有关法律、法规，就甲方委托乙方为其进行数据推广事宜，经友好协商，签订如下协议：

第一条：服务内容

1.1 本协议约定的数据推广服务的项目（广告主）名称为：洛阳市文化广电和旅游局；

1.2 甲方委托乙方在“抖音”网络平台为甲方产品提供数据推广、达人服务、内容服务等（详见附件服务内容明细，附件系合同组成部分），并因此向乙方支付约定的费用报酬。具体服务内容如下：

第五届全球创作者大会（洛阳站）抖音宣传项目，通过营销话题、达人邀约、短片推介、定向推流、直播引流等营销动作，探索一系列年轻化、数字化新玩法，策划“行走河南·读懂中国”线上营销传播活动，培育文旅新业态、新场景、新产品，弘扬汉服文化，助力青年友好型城市建设，为打造全国沉浸式文化旅游目的地“持续引流”。

项目以“行走河南 读懂中国”为主题，结合洛阳数千年历史文化积淀，在抖音平台，对洛阳文化旅游资源进行整体宣传推广，根据时间阶段和内容特色，策划搭建抖音推广话题，形成宣传阵地，以抖音+汉服产业+沉浸式文旅发挥生态优势促进“引客入豫”。通过“达人采风”“抖音热点”“话题互动”“用户原创内容征集”“直播”等系列线上活动，以不同用户视角，不同场景，全方位展现洛阳深厚的历史文化底蕴及丰富的文旅资源。

服务量化指标如下：

1. **整体活动曝光：**抖音平台关于洛阳文旅的宣传曝光量不低于20亿次，项目抖音端内相关定制话题不少于3个（以实际执行为准），重点举措包括定制城市文旅话题、宣传海报、内容共创；

2. **抖音热点：**活动期间关于洛阳文旅的热点不少于20次；

3. **抖音达人：**根据洛阳文旅现有热度，邀请抖音头部博主，深度解读城市文旅优势，创作城市文旅中长视频1-3条，单条视频时长5-15分钟，具体完成条数以实际达人情况为准。

4. **流量与直播：**抖音主端资源（搜索城市专区、开屏、信息流/加热等）、抖音直播引流不少于4场。

线下活动宣传：策划并执行洛阳文旅线下宣传活动，内容基于洛阳文旅宣传，形式包括但不限于节点性文化活动、演出、发布会、启动仪式等。

5. **抖音短视频内容：**全阶段原创与剪辑视频不少于10条，发布于@洛阳旅游官方抖音号，以贴合抖音平台用户轻松化、碎片化的阅读偏好进行内容输出，保持洛阳旅游抖音号的持续更新，打造一个更年轻化、更易为抖音受众喜爱的宣传窗口，形成主流舆论的传播合力，引导和构建旅游宣传的舆论生态。

第二条：协议期限

2.1 **合作期限：**自合同签订之日起一年（以本项目实际服务期结束为准）。

2.2 在合作期限内，如本合同项目有未能如期完成的部分，双方可以书面形式（包括但不限于补充合同、电子邮件等方式）确认将合作期限顺延至服务项目履行完毕为止。

第三条：订单确认

合作期限内，甲方需按照乙方《广告排期表》（以下简称“排期表”）通过以下书面形式之一向乙方下达订单：

（1）甲方指定邮箱发出，即邮箱：lylvyou@163.com；

（2）甲方指定项目负责人在具体产品排期表中签字并提供名片。订

单将包含甲方委托乙方提供的网络推广服务产品名称、投放周期、价格及结算等。依据上述形式下达订单后，乙方可相应甲方提供本协议约定的推广服务。

第四条：付款方式

4.1 本次协议金额为：（小写）3000000元，（大写）叁佰万元。

4.2 项目付款账期，甲方应按照如下方式支付：

（1）合同签订完，甲方在收到乙方开具的发票后 15 个工作日内向乙方支付合同总金额的 70%，计人民币贰佰壹拾万元（小写 2100000 元）；因财政支付流程延迟除外。

（2）甲方在收到乙方开具的发票 15 个工作日后，最迟于 2024 年 11 月 30 日前向乙方支付合同总金额的 30%，计人民币玖拾万元（小写 900000 元）；因财政支付流程延迟除外。

4.3 乙方指定收款账户如下：

账户名称：深圳市灵豹广告有限公司

开户银行：华夏银行股份有限公司深圳分行福田支行

银行账号：10852000000201595

4.4 乙方为甲方开具等额有效税率为 6% 的增值税发票，甲方已知乙方每月最后 2 个工作日不开具发票，由此导致的开票延期不视为乙方违约。甲方付款时间根据乙方提供发票时间顺延。

开票信息：洛阳市文化广电和旅游局

纳税人识别号：11410300MB15335628

第五条：双方的权利义务

5.1 甲方的权利与义务

5.1.1 甲方应依据抖音平台审核规定的时间将相应数据的内容素材提前提交给乙方，并确保真实、合法、有效，且不侵犯任何第三人的合法权益（包括但不限于知识产权、名誉权、肖像权等），保证其

所提供的广告发布所对应的链接所指向的页面或下载数据是真实准确且客观存在的，不得出现无效链接、非法链接等。若甲方欲变更数据推广内容的，也应提前至少两个工作日将变更后的内容素材提交乙方。如需乙方提供方案策划及制作素材等相应的内容服务，费用另行计算。

5.1.2 达人一经甲方确认后，甲方要求调整名单或时间如产生的费用由甲方承担。活动期间产出的达人全部作品的知识产权，甲方应按照权利人授权规则及服务平台规则使用。因不可抗力造成的达人采风活动延迟，合同履行期限顺延。

5.1.3 在协议执行期间，以每个广告发布期为周期，甲方对乙方的协议履行（包括广告执行）有异议的，应在广告发布后五个工作日内以书面形式（电子邮件形式有效，同时附上相应材料：如网页拷屏等）向乙方明确提出。如果甲方未能在上述异议期间内以上述书面形式提出异议，则视为甲方对广告发布无异议。

5.1.4 由甲方自行开展的抖音直播等活动，甲方应当熟悉并了解服务平台现有及不定期发布和更新的服务规则和要求，并自行承担违反服务平台的服务规则和要求的责任。

5.1.5 当乙方出现不良经营状况，或未能获得抖音平台 2024 年度代理商资格，无法提供本协议服务时，甲方有权停止合作且无需承担违约责任，双方应按广告实际发布时间和/或工作项进行结算。结算确认后乙方应在五个工作日内退还甲方预付款项，抖音平台负责居间处理退款事宜，并授权新的代理商落实甲方未尽权益。

5.2 乙方的权利与义务

5.2.1 乙方有权对甲方广告内容的合法性及是否符合广告发布要求进行审查，对甲方广告内容中不符合法律规定、行政法规规定或违反公共道德的内容以及表现形式等提出修改意见，并提前通知甲方，为甲方预留充足的修改时间，由甲方进行修改。甲方拒绝修改的，乙

方有权拒绝发布且不承担违约责任。

5.2.2 本协议项下的所有数据（包括但不限于信息发布位、发布时间、浏览量、点击量等）由乙方或服务平台方提供的数据为准进行结算。甲方每次下单乙方执行完毕后，提供书面数据验收报告，由甲方进行验收确认。

5.2.3 乙方保证所提供的服务不会侵犯任何第三方的专利权、商标权或著作权。一旦出现侵权，索赔或诉讼，乙方应承担相应责任，由此给甲方造成损失的，乙方对甲方承担赔偿责任。乙方保证其服务不存在危及人身及财产安全的隐患，不存在违反国家法规、法令、法律以及行业规范所要求的有关安全条款。

5.2.4 乙方需安排有相应的技能和经验的员工参与项目，如果无法按要求实施，乙方应提供其他员工或替代员工。

5.2.5 乙方应当严格遵守本协议约定，以勤勉、及时、专业的方式提供服务，并根据本协议约定的标准和时间提供服务，若乙方人员在甲方办公场所实施项目，应当遵守甲方的规章制度。

5.2.6 乙方有权将项目的部分工作、服务内容等在征得甲方书面同意后委托第三方执行，因第三方提供的产品或服务产生纠纷的，由乙方负责解决。

第六条：知识产权及保密

6.1 甲乙双方承诺各自对其在本协议合作下提供的内容、资料、信息和文件享有知识产权等合法权利，并不会侵犯任何他方合法权利，否则，由此产生的所有责任由该方承担，同时需赔偿给对方所造成的各项损失。

6.2 乙方服务中提供的自有设计创意、策划、素材等资料，甲方在支付乙方创作费用之后，对该广告作品的创意、草稿、内容全部创作过程中任何阶段产生的任何作品享有全部的知识产权，但乙方保留署名权，且有权无偿用于评奖、展览培训等。

6.3 双方在此确认，对于广告作品中包含的权利归属于第三方的音乐、图片、文字、视频等素材和资料的著作权等权利，以第三方授权或/和服务平台方规则为准。

6.4 甲乙双方对本协议的具体内容（包括但不限于本次合作、合作内容以及双方的专有信息等）负有保密责任，未经对方事先书面同意，任何一方不得将双方的合作及本协议的具体内容披露给任何第三方。本条款具有独立性，协议变更、解除和终止后本条款对双方仍有约束力。

第七条：违约责任

7.1 本协议任何一方不履行协议义务或履行协议义务不符合约定的，视为违约，违约方应该向非违约方承担违约责任。

7.2 甲方应按照本协议约定的时间和数额支付数据推广费用。如未按约定及时足额支付费用，且乙方有权停止为甲方提供任何服务。但因政府财政支付程序延迟原因除外。

7.3 乙方未按照本合同的约定完成义务，未履行部分应核减、退还甲方相应比例款项，在双方完成财税发票事宜后 5 个工作日内原路退还。

7.4 因非乙方原因（如政府政策调整、法律法规变动、不可抗力等原因）导致网络广告无法发布的，本协议终止。双方应按广告实际发布时间和/或工作项进行结算，并互不承担违约责任。

7.5 任何一方如需提前终止本协议的，应提前 30 日书面通知对方，并获得对方的书面同意，否则视为违约，违约方应该向非违约方承担违约责任。

7.6 若任意一方构成违约的，违约方除按照本条约定承担违约责任外，还应当承担守约方因此支出的合理费用，包括但不限于税费、差旅费、律师费、诉讼费、鉴定费、公证费、司法保全担保费等。

第八条：不可抗力

8.1 不可抗力包括但不限于政府管制、国家政策调整、恐怖袭击、

黑客攻击、自然灾害、战争、停电、电信部门技术调整、网络故障、网络平台停机维护以及病毒入侵等。

8.2 本协议任何一方遭受不可抗力事件的影响造成本协议项下的义务不能履行的，根据不可抗力事件影响的程度，可以部分或者全部免除责任，但遭受不可抗力事件的一方应自不可抗力发生之日起 48 小时内通知另一方，并且在不可抗力事件结束 5 个工作日内向另一方提供合理真实的证明文件，并有义务采取必要、合理的手段减少合作对方的损失或负面影响。任何一方迟延履行义务后遭遇不可抗力的，不予免责。

8.3 服务平台运营方为了平台的正常运行，需要定期或不定期地对服务平台进行停机维护，如因此类情况而造成的本协议项下的广告不能按计划进行发布，乙方有义务尽力避免服务中断或将中断时间限制在最短时间内。如服务平台要求、数据推广审核和管控规则变更、字节跳动调整等原因对其数据推广服务、服务内容、服务方式、版面布局、页面设计等进行调整、变更或下线的均属于合理变动，乙方不承担责任。甲方同意，乙方因上述情形而不能按计划发布广告的，不视为乙方违约。但乙方应在影响广告发布的情形结束之后，尽可能按照原计划规定的时间和位置发布原广告，或与甲方协商确定其他合理的解决方案。

第九条：通知送达

9.1

甲方联系人姓名：李雅娟	乙方联系人姓名：肖湘玲
通信地址：河南省洛阳市洛龙区 开元大道 228 号 14 楼 1402 室	通信地址：广东省深圳市南山区 桃源街道塘朗城西区 A 座 19 楼
电话：0379-86862053	电话：15302728807
邮箱：lylvyou@163.com	邮箱： xiaoxiangling@sztoutiao.com.cn

9.2 双方按本条信息以邮箱/微信/函件等方式发送的任何执行计

划、账户充值请求、文案素材的内容需求等邮件均为本协议相关之有效法律文件。如任何一方联系信息有变更，变更方应在变更前3天内以书面形式通知对方。因一方提供联系信息不准确或地址变更未及时通知对方而导致其通知未送达的，视为对方已经履行通知义务。

9.3 本条载明的地址为双方的有效送达地址，适用范围包括双方非诉时各类通知、协议等文件以及就协议发生纠纷时法律文书送达地址。

9.4 双方一致确认：以电子邮件方式通知对方的，发出时间视为通知到达时间；专人递交的通知在专人递交之时视为有效送达；以快递发送的通知应于交予合法的快递服务发送后第三日或对方签收日视为有效送达，另一方无法签收、拒绝签收或信件被退回的，均视为已送达；以短信、微信、传真、电话方式发出的，发出日为送达日。

第十条：其他

10.1 因本协议引起的任何争议，双方应友好协商解决，协商不成的，任何一方均有权将争议提交至甲方所在地洛阳市洛龙区人民法院。

10.2 本协议一式肆份，甲方执叁份，乙方执壹份，具有同等法律效力。本协议自双方盖章之日起生效。

第十一条：附件

(本行以下无正文，为签署页)

甲方（盖章）：

签订日期：2024年5月21日



乙方（盖章）：

签订日期：2024年5月21日



洛阳市文化广电和旅游局
合同法制审核 2024年 14号

附件：整体资源分配方案如下：

服务资源金额分配总表			
序号	服务版块	金额（万元）	合计（万元）
一	抖音话题与短视频大赛	40	300
二	抖音流量（直播引流、搜索、信息流等）	105	
三	抖音达人宣传	80	
四	线下活动宣传	60	
五	抖音短视频创作	15	
以上仅为规划，具体资源使用以实际执行为准			

一、抖音话题与短视频大赛：总资源预算 40 万元

根据年度宣传节点需求，策划抖音宣传主题，在重要节点期间开展抖音短视频大赛，具体资源分配如下：

资源	资源明细	服务支持	费用
抖音商业话题	<p>1、根据节点定制话题 3 个：（以实际执行为准）</p> <p>2、单一话话题提供页面定制内容如下：</p> <p>话题页面头像定制</p> <p>话题页面头图定制</p> <p>话题页面头图下端链接定制</p> <p>话题详情页植入文案（根据抖音</p>	<p>1. 话题主画面设计：3 张</p> <p>2. 话题搭建素材延展：1 套</p> <p>3. 话题宣传海报设计及文案 3 张</p>	400000

	<p>平台对商业话题的上线规则定制，以审核上线为准。</p> <p>相关视频推荐展示</p> <p>话题由洛阳旅游账号发发起</p> <p>3、每场话题可定向匹配相应的流量费用，根据抖音刊例进行消耗。</p>		
抖 音 短 视 频 大 赛 奖 励	<p>1、根据实际执行，挑选其中一重要节点发起抖音短视频大赛，通过PGC赛道和UGC赛道，进行分段奖励。</p> <p>2、现金奖励发放(含个人所得税)</p>	<p>1. 短视频大赛宣传物料画面设计：1套</p> <p>2. 大赛数据反馈、优质短视频收集</p>	
抖 音 热 点	<p>主题活动期间，提前规划热点词、策划热点视频、在抖音热点榜打造不少于20次的热点。</p>		

二、抖音流量（直播引流、搜索、信息流等）：总资源 105 万元

1、抖音品牌流量资源：含抖音开屏、抖音信息流、抖音内容加热等形式。（具体 CPM 数量根据巨量引擎当季度刊例消耗，并根据平台规则执行上线）

产品形式	产品名称	频道	产品位置	广告形式	刊例价 (元)	折后价 (元)	售卖单位
开屏	开屏 -CPM	-	启动 画面	静态/动 态/视频	400	100	元/CPM

信息流/内容加热	推荐信息流-智能优选-CPM	推荐首页	推荐流	视频	160	40	元/CPM
----------	----------------	------	-----	----	-----	----	-------

品牌流量定向城市溢价规则：

定向类型	类别	详情	CPM 单价溢价比例
城市	核心城市	北京、上海、广州、深圳	30%
	重点城市	石家庄、沈阳、哈尔滨、杭州、福州、济南、武汉、成都、昆明、兰州、南宁、银川、太原、长春、南京、合肥、南昌、郑州、长沙、海口、贵阳、西安、西宁、呼和浩特、拉萨、乌鲁木齐、青岛、大连、宁波、厦门、苏州、天津、重庆	10%
	其他/全省	其他/全省/全国	0

2、抖音直播引流：

直播场次建议为：牡丹文化节 2 场、城市品牌宣传 1 场、河洛文化节 1 场、合计 4 场。直播活动以实际执行为准。

每场抖音直播引流以实际消耗产生费用为准，上线时间灵活。针

对项目直播，定向进行流量推送，提高直播间观看、直播间停留、直播间购买为目标。

3、抖音搜索品专：

当用户搜索洛阳相关活动关键词后，活动内容位于搜索结果页首位展现，原生化抖音样式并独特定制背景色，自动播放横版视频，通过话题、子链、抖音号、商品卡等组件呈现活动关键信息，是洛阳品牌宣传的重要途径。2024年，抖音搜索品专基本为定向全国投放，具体以抖音平台对搜索产品的更新规则来进行使用。初步计划：

抖音搜索品专定向全国：60天

策划执行牡丹文化节期间搜索品专，搜索关键词支持设置30~50个，如洛阳牡丹花、洛阳牡丹文化节、洛阳牡丹文化节游玩等。搜索品专上线过程中可支持修改搜索品专内活动信息。

抖音搜索品专定向城市：30天

暑期、国庆期间，以洛阳旅游打卡地图，城市 citywalk 路线等宣传点策划执行搜索品专，搜索关键词支持设置30个以内，如洛阳打卡、洛阳暑期游玩等。可根据实际情况选定4座城市进行投放，如洛阳、郑州、开封等。搜索品专上线过程中可支持修改搜索品专内活动信息。

三、抖音达人创作：总资源80万元

根据洛阳文旅现有热度，邀请抖音头部博主，深度解读城市文旅优势，创作城市文旅中长视频1-3条，单条视频时长5-15分钟，具体完成条数以实际达人情况为准。策划执行期间将提供全套的达人相关服务。

(一) 达人服务包括：含达人推荐，建联沟通，商务对接。以及创意脚本、视频制作发布、差旅交通等费用。具体构成如下：

达人费用区间预估		
粉丝量级	数量(组)	单价(元)
1000万+	1	≥200000
100万以上	10	≥30000
20~50万	30	≥10000
1~10万	49	≥2000
以上仅为价格预估区间，具体费用以实际执行为准。		

(二) 达人创作方向：

达人创作方向包括：寻找邀请合适的抖音头部博主，对洛阳市文化旅游资源进行梳理，以城市宣传为主基调，制作中长视频。

计划打卡拍摄目的地：龙门石窟、洛阳博物馆、洛邑古城、牡丹博物馆、隋唐洛阳城、丽景门、老城十字街夜市、各牡丹园等，具体根据实际宣传需求制定路线。

四、线下媒体宣传：资源总额 60 万元

策划并执行洛阳文旅线下宣传活动，内容基于洛阳文旅宣传，形式包括但不限于节点性文化活动、演出、发布会、启动仪式等。

五、抖音短视频创作：资源总额 15 万元

根据洛阳文旅整体宣传要求，挖掘洛阳文旅宣传上的变化，尤其

是其沉浸式、年轻化、潮流化的创新与变化。结合抖音用户特征，创作系列优质短视频发布于洛阳旅游抖音账号。其系列包括但不限于：来洛阳品时尚、来洛阳赏美景、来洛阳探奇馆、来洛阳恰美食、来洛阳巨有趣、来洛阳品文化、来洛阳听妙音等，主要目的为各种旅游人群提供打卡、攻略的示范。以原创或二次创意剪辑的方式推出短视频 10 条，每支 60 秒内。

以上各阶段计划实施与资源执行中，根据阶段性主题输出视觉设计方案、延展性物料创意、文案内容；并对视频内容等制定完善的发布计划，对流量推广输出运营计划、提供阶段性数分析报告。对项目整体进度进行把控，并针对不同阶段的效果反馈适当调整宣传计划，以达成宣传目标。