



服务类

政府采购合同



项目名称：龙门石窟研究院 2025 年度新媒体平台

内容制作、代运营项目

项目编号：洛采嘉磋 2025-108

甲 方：龙门石窟研究院

乙 方：洛阳日报社

签订时间：2025年9月25日



共 1 页

合同补充协议

甲方：[Faint text]

乙方：[Faint text]

丙方：[Faint text]

丁方：[Faint text]

戊方：[Faint text]

己方：[Faint text]

甲方：龙门石窟研究院

住所地：洛阳市洛龙区龙顾路龙门石窟文保中心

单位负责人：余杰

社会信用代码：124103007374273169

纳税人识别号：124103007374273169

银行账号：99010503680

联系人：王青茹

联系电话：13939916187

乙方：洛阳日报社

住所地：洛阳市定鼎南路 22 号

法定代表人：张留东

社会信用代码：12410300416525556G

纳税人识别号：12410300416525556G

银行账号：413069600018010016289

联系人：潘立阁

联系电话：15038635050

龙门石窟研究院（以下简称甲方）所需 龙门石窟研究院 2025 年度新媒体平台内容制作、代运营项目（项目名称）委托 河南泽盛工程管理有限公司（采购代理机构）以 洛采竞磋 2025-108（项目编号）磋商文件以竞争性磋商方式进行采购。经评标委员会确定（以下简称乙方）为成交人。根据《中华人民共和国民法典》等相关法律法规规定以及本项目磋商文件的规定，经平等协商，就甲方 龙门石窟研究院 2025 年度新媒体平台内容制作、代运营项目事宜，达成合同如下：

第一条 合同文件

本合同所附下列文件是构成本合同不可分割的部分，与本合同具有同等法律效力，这些文件包括但不限于：

1. 本项目磋商文件
2. 成交人投标文件
3. 成交通知书
4. 龙门石窟全媒体矩阵运营方案
5. 附件：龙门石窟研究院官网和龙门石窟英文网站运维内容及具体要求

第二条 服务内容

1. 服务名称：龙门石窟研究院 2025 年度新媒体平台内容制作、代运营项目
2. 服务内容：负责龙门石窟研究院和龙门石窟微信视频号、公众号、抖音、快手、新浪微博、哔哩哔哩、西瓜视频 23 个官方账号、龙门石窟研究院官网和龙门石窟英文网站的内容制作及代运维，院内学术沙龙直播的人员、设备及技术保障。

3. 服务期限：三年（合同一年一签，考评合格后可续签一年，续签最长不超过两年）

第三条 合同金额

合同金额为人民币元，大写：人民币壹佰壹拾万元整，小写：1100000 元。

第四条 权利义务和质量保证

1. 甲方保证服务期间负责提供与项目相关的文字、图片、实物、视频、音频等资料，并保证资料的真实性、合法性和有效性，负责乙方拍摄制作过程中的场地、人员等协调统筹工作。

2. 乙方根据新媒体平台属性以及龙门石窟研究院的实际情况制定新媒体平台的短视频矩阵运维服务方案，经甲方确认后执行。并负责本合同约定的“龙门石窟研究院”账号的内容策划、拍摄、音乐、剪辑、配音等工作，以及前述账号在新媒体平台矩阵的运维工作。乙方保证龙门石窟研究院新媒体平台服务或传播内容要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，遵循我国《宪法》所确立的社会主义核心价值观原则，内容均不会侵犯任何第三方的专利权、商标权或著作权（因甲方提供材料导致侵权的情况除外）。如因乙方过错导致出现侵权纠纷，索赔或诉讼，乙方应承担全部责任。乙方保证所提供的运维服务工作或其他任何内容不违反国家法律、法规以及行业规范所要求的有关安全条款，否则应承担全部法律责任。

3. 具体要求：(1)根据甲方需求，挖掘龙门石窟文化内涵，及时结合社会热点，形式创新、制作精良，内容言之有物、积极向上，符合社会主义核心价值观、意识形态要求，有利于提升龙门石窟知名度；(2)15个国内新媒体平台应保持每周2—3更新频次，每个平台全年更新不少于150条；Tiktok、Youtube、X、Facebook、Ins、龙门国际传播中心视频号等6个海外传播账号，保持每周2更，每个平台全年更新不少于105条。各平台中关于文化内涵揭示、知识科普、成果宣传等言之有物的视频占比应不少于40%，哔哩哔哩平台以2分钟以上的长视频为主，其中原创视频应不少于40条；(3)每月初向甲方提交当月拍摄选题，并进行沟通确定；每季度应对前一阶段工作进行复盘，总结经验和不足之处，同时规划下一季度细化执行方案，形成纸质报告；(4)积极策划各类拍摄主题，平台运维效果良好，各平台转化、留存粉丝数量及质量稳步增长；(5)配合院内学术沙龙直播，做好人员、设备和直播技术保障；(6)完成甲方安排的其他任务，包括但不限于院内其他拍摄任务、提供石窟相关图片及视频素材等；(7)每月定期整理，向甲方提供已发布视频的拍摄素材、未加字幕版本、工程文件及最终成品。(8)龙门石窟研究院自媒体矩阵的账号信息认证、移交、管理员更换也需要由代运维服务公司来进行处理。龙门石窟研究院配合提供材料。(9)龙门石窟研究院官网和龙门石窟英文网站运营及维护。负责发布研究院要求相应稿件。

4. 甲乙双方本着密切合作、协同发展的原则，就龙门石窟研究院新媒体平台短视频矩阵的

运维服务工作互相支持、沟通和协调，在短视频创作过程中所拍摄影像素材及成果均归甲方所有，乙方为扩大龙门石窟宣传力度，经甲方同意后方可用于自身宣传平台。未经甲方同意，乙方不得将甲方提供资料及拍摄素材提供给与履行本合同无关的任何其他人。

第五条 付款方式

1. 本合同项下所有款项均以人民币支付。

2. 乙方向甲方提供技术服务类专用发票，经甲方审核无误后支付。

3. 付款时间：由乙方开具正规发票，待甲方市财政拨款到位后 15 日内，向乙方支付合同额的 30%，为叁拾叁万元整（¥330000 元）；项目服务满 6 个月后，支付至合同额的 40%，为肆拾肆万元整（¥440000 元）；待服务期满后，支付剩余 30%费用，为叁拾叁万元整（¥330000 元）。

4. 乙方收款账户如下：

户名：洛阳日报社

开户行：交通银行洛阳分行营业部

账号：413069600018010016289

第六条 履约保证金

按照洛阳市财政局洛财购(2021)10 号文件《关于进一步降低企业交易成本优化营商环境的通知》要求，本项目免收履约保证金。

第七条 项目管理服务

1. 乙方要指定不少于 1 人全权全程负责本项目的服务，以及服务的落实、咨询、执行等后续工作。

项目负责人姓名：潘立阁 联系电话：15038635050

2. 除磋商文件事先说明、且经甲方事先书面同意外，乙方不得分包、转包其应履行的合同义务。

第八条 违约责任

1、除不可抗力外，如乙方原因没有按照本合同约定的期限、地点和方式履行，甲方可要求乙方支付违约金，违约金按每迟延履行一日的应提供而未提供服务对应本合同金额的 0.01% 计算，最高限额为本合同总价的 5%；迟延履行的违约金计算数额达到前述最高限额之日起，甲方有权在要求乙方支付违约金的同时，书面通知乙方解除本合同；

2、除不可抗力外，如果甲方没有按照本合同约定的付款方式付款，乙方可要求甲方支付违约金，违约金按每迟延付款一日的应付而未付款的 0.01% 计算，最高限额为本合同总价的

5 %; 迟延付款的违约金计算数额达到前述最高限额之日起, 乙方有权在要求甲方支付违约金的同时, 书面通知甲方解除本合同;

3、除不可抗力外, 任何一方未能履行本合同约定的其他主要义务, 经催告后在合理期限内仍未履行的, 或者任何一方有其他违约行为致使不能实现合同目的的, 或者任何一方有腐败行为 (即: 提供或给予或接受或索取任何财物或其他好处或者采取其他不正当手段来影响对方当事人) 或者欺诈行为 (即: 以谎报事实或隐瞒真相的方法来影响对方当事人) 的, 对方当事人可以书面通知违约方解除本合同;

4、任何一方按照前述约定要求违约方支付违约金的同时, 仍有权要求违约方继续履行合同、采取补救措施, 并有权按照已方实际损失情况要求违约方赔偿损失; 任何一方按照前述约定要求解除本合同的同时, 仍有权要求违约方支付违约金和按照已方实际损失情况要求违约方赔偿损失; 且守约方行使的任何权利救济方式均不视为其放弃了其他法定或者约定的权利救济方式;

5、除前述约定外, 除不可抗力外, 任何一方未能履行本合同约定的义务, 对方当事人均有权要求继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等, 且对方当事人行使的任何权利救济方式均不视为其放弃了其他法定或者约定的权利救济方式;

6、如果出现政府采购监督管理部门在处理投诉事项期间, 书面通知甲方暂停采购活动的情形, 或者询问或质疑事项可能影响中标结果的, 导致甲方中止履行合同的情形, 均不视为甲方违约。

第九条 不可抗力

甲、乙方中任何一方, 因不可抗力不能按时或完全履行合同的, 应及时通知对方, 并在 3 个工作日内提供相应证明。未履行完合同部分是否继续履行、如何履行等问题, 可由双方协商。确定为不可抗力原因造成的损失, 免予承担责任。

第十条 合同争议的解决

本合同履行过程中发生的任何争议, 双方当事人均可通过和解或者调解解决; 不愿和解、调解或者和解、调解不成的, 任何一方均有权向甲方住所地有管辖权的人民法院提起诉讼。

第十一条 合同生效

1. 本合同经甲乙双方法定代表人或委托代理人签字并加盖单位公章之日起生效。
2. 合同生效后, 除本合同另有约定外, 甲乙双方不得擅自变更、中止或终止合同。

3. 如遇政策调整或相关部门要求，导致不能按时或完全履行合同，双方免于承担责任。

第十二条 合同保存

本合同一式 肆 份， 甲方 贰 份，乙方 贰 份 。

【以下无合同正文】

甲方（委托方）：龙门石窟研究院

单位负责人或授权代表签字：

签订日期 2025.9.15



乙方（受托方）：洛阳日报社

法定代表人或授权代表签字：

签订日期：2025.9.15



AN

附件：龙门石窟研究院官网和龙门石窟英文网站运维内容及具体要求

服务器以及技术维护		
运维名称	内容	说明
系统定制维护	每月一次定期巡检：巡检内容为官网各栏目首页版式正常链接正确；提供数据备份及紧急恢复服务，服务内容包括官方网站整站文件（包含数据库）每月备份。	
应急响应服务	法定工作日内，因 CMS（网站内容发布系统）引起的故障或其他异常情况发生后 2 小时响应，一般性故障（如页面不能正常显示）4 小时内解决；重大故障（如页面被篡改）8 小时内解决；	
	法定休息日（周六日，一般节假日）内，因 CMS（网站内容发布系统）引起的故障或其他异常情况发生后，24 小时内响应，一般性故障（如页面不能正常显示）待下一工作日解决；重大故障（如页面被篡改）48 小时内解决；	
	在国家重大节假日（元旦/五一/十一/春节），提前 2 周制定网站监控及故障处理预案，并书面提交甲方。提供重大保障期间的应急响应人员名单；	
	故障或异常情况处理并在故障处理完毕后立即以 email 方式向甲方提交故障或异常情况处理的书面报告。	
技术维护服务	技术咨询服务	提供 5*8 小时热线服务。通过企业微信、qq 等即时通讯工具或邮件、电话支持等提供咨询服务及问题解答。
	远程培训服务	由于甲方人员变动，对官网内容管理系统操作不熟练，可进行远程培训。
	远程服务支持	遇到特殊复杂使用问题无法解决时，可通过远程进行问题排查。
	终身免费服务	程序缺陷修复。由于网站开发原因致使上线后功能出现 bug 或数据库链接错误，终身免费维修。（不包括第三方代码升级带来的 bug 问题）
日常	服务器故障排除	当服务器出现问题时，及时进行诊断、分析并解决问题
	在线咨询	通过 qq 或电话进行咨询服务
磁盘管理	磁盘配置	新磁盘的配置
	磁盘的备份	每月一次
	磁盘数据还原	服务器出现问题时，还原最新的备份数据
服务器维护	服务器重启	
	服务器重置	
	服务器停止	
其他服务	密码修改服务	密码找回服务；因客户方人员离职致使密码丢失或密码被篡改造成网站内容管理系统无法登陆，帮助甲方找回密码。
	统计流量	可协助查看已安装的流量统计数据及下

		载服务。
	运维服务报告	每年运维期满前提供针对官网运维服务内容报告。
	质量监控服务	不定期电话回访服务。
服务器安全服务	网站安全：对网站数据库及程序文件进行漏洞修复及补丁升级（每年4次，超出按工作量重新评估）实施安全监测	
	黑客攻击、挂马防范及恢复：在出现攻击行为后网站运行缓慢、错误链接甚至无法打开时，可恢复到正常状态；	
	故障或异常情况处理并在故障处理完毕后立即以 email 方式向甲方提交故障或异常情况处理的书面报告。	
	服务器漏洞修复：对客户服务器系统产生的漏洞进行修复，需客户提供扫描报告	
服务器/域名代购	参数描述	金额
业务服务器（ECS）	规格：4核8GB（计算型C5） 带宽：10M 镜像：CentOS 7.9 64位 储存：系统盘40GB 拓展盘300GB 购买量：1台/年	含在总报价中
域名	域名：lmskyjy.com	含在总报价中
服务器托管	1. 服务器续费流程办理 2. 服务器运行监控服务 3. 服务器到期提醒 4. 服务器应急问题处理	含在总报价中

龙门石窟新媒体平台

运营方案

为保障龙门石窟研究院及龙门石窟各新媒体平台有序运行，扩大龙门石窟国内。国际影响力，特制订该方案。方案力求突出服务性，形成文图、视频“攻略手册”，方便导览游客，并形成线上线下“数据库”，获得长期效应。

一、攻略导览

名称	节奏	内容	主推平台
“龙门四季”导览系列	据动态随时更新	根据最新动态,推出“游玩导览”“拍照导览”“食宿导览”等系列服务攻略	龙门石窟微信、龙门石窟研究院微信、龙门石窟小红书
“你不知道的龙门”系列视频	每周一期	主播出境讲解龙门知识,成为游客导览索引	龙门石窟研究院B站、视频号
“龙门大咖说”系列策划	每周一期	策划微纪录片、单平台直播、创意拆条等,突出研究院专家,解读龙门背后故事	龙门石窟研究院B站、龙门石窟抖音
“手绘龙门”系列海报	每月一期	直观展现龙门石窟的“东方美学”,介绍纹饰纹样、服装配饰等相关历史知识	龙门石窟小红书、微信、微博
“龙门二十四节气”系列短视频	每月两期	突出龙门四季美景,拍摄剪辑精美视频,实现长期引流	龙门石窟抖音号、视频号

“龙门四季”导览系列

根据景区不同季节、不同服务措施，动态推出系列攻略，设置在微信公众号底部菜单及小红书置顶位置，成为游客了解景区的“电子导览手册”。

选题计划：

“游玩导览”：如何到达、如何购票、景区游览路线、停车服务、周边游览攻略等。

“拍照打卡攻略”：重点文物打卡、汉服打卡、小众点位打卡（万佛沟等）、猫咪打卡等。

“食宿导览”：龙门周边住宿、美食、文创店推荐等。

“你不知道的龙门”系列视频

主播出镜形式进行讲解，以“揭秘龙门石窟的隐藏密码”为核心，通过多维度叙事展现龙门石窟的历史厚度、文化深度与科技温度。制作《龙门天团：守护千年的匠人》《龙门 AI 启示录》等。融入文物修复、现代科技等元素。

选题计划：

龙门为什么西山造像比东山多？

名相姚崇和龙门有那些故事？

龙门的千手千眼观音在哪里？

.....

“龙门大咖说”系列策划

关键词：专家解读、IP 打造、成果展示……

●微纪录片

将龙门石窟的文物保护、研究、考古等，用“电影级”纪录片形式呈现。

●直播讲解

重要活动及时间节点，研究院专家出镜直播进行轻量化直播，介绍龙门知识。

●创意拆条

制作 15-30 秒小视频，介绍“最高洞窟”“希腊元素”“兰陵王与龙门”等趣味知识。

“手绘龙门”系列海报

制作精美海报，通过照片+线图的方式，直观展现龙门石窟的“东方美学”，同步介绍纹饰纹样、服装配饰等相关历史知识，作为小红书等平台上“看懂”龙门的宝藏手册。

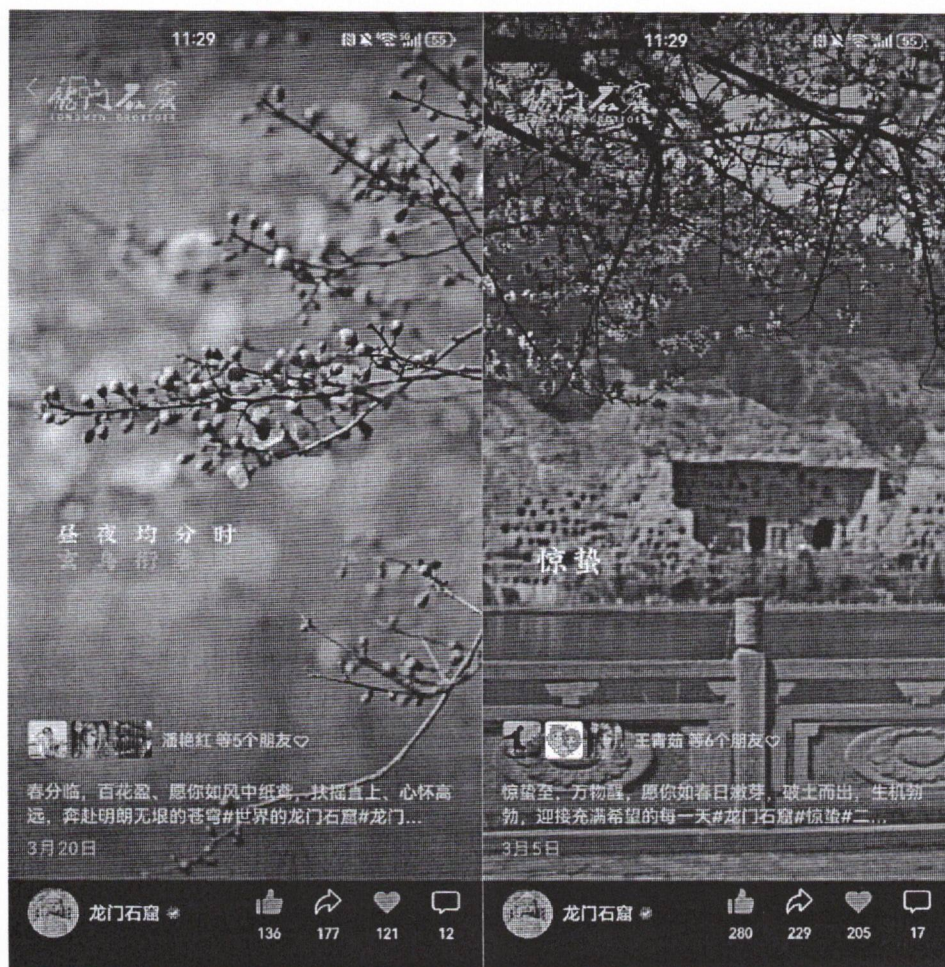
示例：



“龙门二十四节气”系列短视频

拍摄剪辑精美视频，引发祈福、许愿等情感共鸣细水长流进行引流。

示例：



二、四大事件营销

名称	时间	产品	主推平台	预期效果
国色天香季	4-6 月	旅游攻略、穿越短视频	龙门石窟抖音号	央媒关注
夏日奇遇季	7-9 月	文图、短视频、公益研学推广	龙门石窟研究院微信号	央媒关注
秋韵锦绣季	10-12 月	线上直播、话题挑战	龙门石窟微博号	微博同城热搜或百万关注
新春祈福季	1-3 月	AI 视频、微信推文	龙门石窟抖音号、视频号	央媒关注或百万流量

4-6 月：国色天香季

重点：牡丹文化节服务信息发布

●常态产品：及时更新游览信息，推出《错峰游览指南》，在抖音、微博实时更新客流预警，推荐非热门时段及路线；

发布《4 月游龙门攻略》，整合各项服务信息和政策。

●引爆产品：“当龙门遇见牡丹仙子”汉服穿越

主推平台：龙门石窟抖音号

邀请洛阳本地汉服 KOL 在卢舍那大佛前拍摄「转身变装」视频，背景音乐采用《龙门金刚》BGM 改编版。

发起 #龙门和汉服太适配#抖音话题挑战，用户上传创意视频，点赞最高的 50 人可获龙门文创产品。

7-9 月：夏日奇遇季

重点：暑期研学，石窟文化知识分享，黄金周引流种草

●常态产品：配合暑期重点发布趣味性、知识性内容

●引爆产品：“龙门守护少年”研学策划活动

主推平台：龙门石窟研究院微信公号、抖音号

第一步：组织龙门附小同学到香山寺遗址等地参观体验，全网发布相关内容进行种草；

第二步：在微信平台发起集赞挑战，前若干名可免费体验考古研学活动（可定向邀请留守儿童等参与）；

第三步：联系央媒宣推该公益考古活动，为后续研学活动加热。

10-12月：秋韵锦绣季

●常态产品：黄金周中及时更新游览信息；发布美景视频、结合流量明星进行种草

●引爆产品：“龙门石窟奇妙夜”活动

主推平台：龙门石窟研究院微博号、抖音号

推出夜探龙门石窟洞窟活动，在全平台进行宣推预热。

在新浪微博设置#龙门石窟奇妙夜#话题，邀请用户带话题进行转发，运用微博抽奖平台进行抽奖，邀请大V共同参与。

活动探访时安排马丁讲解，进行全平台直播，结束后进行“二次传播”。

1-3月：新春祈福季

●常态产品：结合受众新年祈福愿望发布视频，引导云端祈愿；更新春节假期期间服务信息

●引爆产品：“石窟造像AI拜年”视频

主推平台：龙门石窟景区抖音号、视频号

通过AI技术，让龙门石窟的金刚、力士“跳出”岩壁，向大家拜年。

在全平台设置“心愿墙”，写下祝愿后进行集赞，可获得龙门福袋、香山寺撞钟等奖品。

示例视频截图：



三、日常动态

研究院工作动态

拍摄龙门石窟研究院重要会议、工作视频，每月整理、移交相关材料形成资料库，配合完成各级媒体外宣任务，协调市级媒体报道资源。

“一起来龙门”系列短视频

结合各地文旅账号、流量明星等热点信息，制作轻松“整活”产品，及时跟进抖音“流量池”，制作日常宣推视频，同网友进行互动。

N个话题打造

设立#世界的龙门石窟#、#龙门石窟的春夏秋冬#等主话题，结合最新热点随时新设话题，同网友进行线上互动，持续进行加热。目前，团队设置的#世界的龙门石窟 抖音话题阅读量已突破 1000 万。

此方案依据甲方提出的需求，及时进行动态调整，确保最终成果完全符合甲方预期

