

政府采购合同

合同编号： JSZC-320100-JSGC-G2025-0040

项目名称： 中国质量（南京）大会宣传流量项目

采购人（甲方）： 南京市市场监督管理局

中标人（乙方）： 江苏龙虎网信息科技股份有限公司

签订日期： 2025 年 7 月



合同编号：JSZC-320100-JSGC-G2025-0040

政府采购计划号：

采购人（以下称甲方）：南京市市场监督管理
局

中标人（以下称乙方）：江苏龙虎网信息科
技股份有限公司

住所地：

住所地：南京市建邺区江东中路 391 号南京
报业传媒集团

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。

合作时间即日起至 2025 年 11 月 1 日。

第一条 合同标的

乙方根据甲方要求提供下列服务：

1. 围绕中国质量（南京）大会“质量：赋能新质生产力”主题，结合国内外、江苏省、南京市质量传承、质量创新先进案例，结合大会各项活动，策划宣传亮点，统筹新媒体及专业媒体资源，规划电视报道、纸媒报道、新媒体及专业媒体报道、网络传播等多样化宣传手段，聚焦大会核心主题，进行主视觉 KV 及 IP 形象设计，建立视觉锚点，营造人人关心质量、人人享受质量的浓厚氛围，增强中国质量（南京）大会影响力。
2. 围绕中国质量（南京）大会进行全面深度报道，累计策划大会专题 1 个，特色专栏 5 个，互动 H5、长图、海报、手绘漫画、折页等新媒体产品不少于 10 个，宣传内容包括南京市和江苏省内城市质量印记、质量文化、质量举措，宣传大会信息、独特看点和价值意义等内容，通过报道展现南京作为大会举办地的独特魅力和优势，宣传本地的质量发展成果；会中采用直播间等形式，传播开幕新闻、实时资讯、专场活动、对接对话会等内容，满足不同受众需求，确保报道的全面性和深度的同时，突出大会各环节内容、成果展示、典型案例以及政策解读，提供活动报道相关素材不少于 15 篇；会后发布闭幕新闻，质量专业报刊发布专版 1 个，全面总结会议成果，进一步提升中国质量大会品牌影响力和全社会质量意识。最终实现全网曝光 1 亿次以上，用户互动量超 5000 万次，形成现象级传播声势，全面助推大会精神深入人心。
3. 围绕中国质量（南京）大会进行媒体媒介邀约统筹，传播渠道整合主流媒体、社交媒体、短视频平台及户外广告资源，覆盖不少于 35 家中央级媒体、行业权威媒体、省市官方媒体，同步在微信、微博、抖音、视频号等平台发起话题挑战与精准推送，联动总局“市说新语”微博、微信及市场监管系统所属政务新媒体矩阵及各单位扩大质量传播面。

其中官方主流媒体包括但不限于人民网、新华网、新华日报、南京日报、中国质量报、中国市场监管报等不少于 15 家；新媒体传播渠道包括但不限于学习强国、今日头条、抖音、微信、凤凰网、南京发布以及大会指定官方微信公众号等新媒体不少于 20 家。开、闭幕式及重要嘉宾访谈等重要信息配中英文双语字幕通过人民网、新华网、凤凰网等向国际传播。

4. 围绕中国质量（南京）大会做好在地宣传的同时，进行国际传播渠道拓展，利用境外媒体的国际传播渠道，将大会信息传播到全球各地，吸引更多国际观众的关注，提升活动的国际知名度和影响力，包括利用中央媒体、海报平台账号，发布大会图文、视频信息，以及在境外媒体平台上发布大会相关信息不少于 8 篇。
5. 围绕中国质量（南京）大会做好媒体记者的接待服务保障工作。协助甲方发放媒体包，包括通稿、图片、视频、画册等内容。
6. 围绕中国质量（南京）大会进行社会宣传，在 8-9 月，策划实施“质量点亮城市”全民感知行动，设计制作质量相关主题的宣传海报、公益广告，精选交通枢纽、公交线路、户外广告大屏等媒介投放，宣传质量精神、展示质量成果，营造社会氛围。其中地铁不少于 2 条线、5 个站点；公交不少于 10 个站点；户外电子屏不少于 8 块；组织市场监管专业报刊开展“我眼中的高质量生活”系列街头采访活动，向大会传递社会大众质量期盼，不少于 3 个 1 分钟短视频；会议期间在主会场周边楼宇开展质量主题灯光秀展示，共计投放不少于 2 栋楼宇。
7. 围绕中国质量（南京）大会制作中国质量（南京）大会宣传片和系列短视频，大会短视频聚焦大会主题，展示省、市质量历史、质量文化、质量成就，制作中国质量（南京）大会宣传片 1 个。视频时长 5-6min，满足最小 4K 高清输出，配中英文字幕，视频格式符合大会播放使用，8 月上旬完成送审样片，大会前按要求修改完善至符合播放要求；系列短视频需体现南京和省内城市质量文化、质量成果的故事，输出质量文化印记系列短视频 8 个。短视频每个不少于 3min，满足最小 1080P 高清输出，配有中英文字幕，在人民网、新华网、凤凰网等及省、市官方媒体平台发布传播。
8. 围绕中国质量（南京）大会组织新闻发布会，按照甲方要求策划并制定新闻发布会方案，起草新闻发布稿、主持词、新闻通稿等材料，负责邀请经甲方认可的专业媒体参加，做好媒体记者的接待服务保障工作。新闻发布会后加强相关信息传播，渠道包括但不限于学习强国、今日头条、抖音短视频、微博、百度、腾讯、网易、凤凰网、搜狐网等，总体媒体 60 家以内（以实际执行为准）。

9. 围绕中国质量（南京）大会做好办会过程档案记录，为大会筹备期间的各项宣传活动、新闻发布会、开幕式彩排、正式会议等过程提供摄影、摄像记录服务，汇总整理从申办到结束的全过程的视频、图片素材，制作总结汇报片 1 个（时长 5 分钟以内）。9 月底前完成送审样片，10 月底前按要求修改完善至符合归档要求，以光盘或硬盘形式交付成片及各主要活动场次素材。
10. 围绕中国质量（南京）大会开展专项舆情监测与处置，制定专项舆情监测方案、舆情应急响应与处置预案，活动开始前，制定关键词监控清单进行持续更新监测，9 月 15~20 日期间，24 小时值班监测，每日输出 1 份舆情报告，突发舆情 15 分钟内通报并协助处置。
11. 围绕中国质量（南京）大会开展知识产权保障，保证相关视频、音频、文字、图片等宣传素材，不侵犯第三方包括知识产权在内的合法权益，确保不会因此产生纠纷。本项目成果的知识产权归甲乙双方共同所有，乙方未经甲方同意不得应用于其他媒体或机构，对相关数据做好保密工作，否则一切后果及责任由乙方承担。
12. 围绕中国质量（南京）大会团队配备专职服务团队，由乙方公司副总经理洪丽任项目负责人，同时配备核心人员 20 人，整体服务不少于 100 人次。项目负责人专职服务于此项目，具备大型活动内容服务经验；核心团队人员充分参与到本项目中，且在项目关键阶段需全天候待命，整个项目团队的人员相对稳定，未经采购人同意不得擅自变更。
13. 中国质量（南京）大会宣传流量项目招标内容包括但不限于上述服务内容，在合同履行过程中，采购人有权提出变更或有新的需求，中标人应无条件配合。
14. 根据每个项目的实际要求，制定工作计划、进度安排、对接协调方案、具体执行方案。
15. 服务内容详见合同附件。

【增值服务】根据大会要求，乙方提供以下增值服务：

1. 联动省内设区市及南京都市圈政务新媒体；
2. 联动中国城市新闻网媒联盟渠道；
3. 联动大会往届承办城市策划联合宣传；
4. 提供 AI 智能体定制开发服务；
5. 智能媒资管理平台以及朋友圈广告投放。

第二条 合同总价款

本合同项下服务总价款为贰佰壹拾陆万捌仟元整（大写）人民币，分项价款在“分项报价表”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。

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、质量保证

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。乙方履行本合同涉及的一切知识产权归甲方所有。乙方确保相关知识产权在合同履行期间和合同结束后，甲方可以无障碍继续使用。

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。

第五条 交付使用和验收

1、服务期限：自合同签订之日起至项目内容全部履行完毕。

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。

3、验收时乙方须提供甲方签字或盖章的验收单，验收单中必须注明项目、数量等相关要求，审计、验收凭证由乙方自行收集、采集，部分项目需要配以照片为佐证，乙方承担验收凭证收集不足导致的包括但不限于无法正常完成验收、合同价款无法全额结算等相关风险。

第六条 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：

(1) 合同签订后 10 个工作日内甲方收到乙方合法等额发票后，支付合同金额 30%作为预付款；

(2) 大会结束后一个月内甲方向乙方支付 40%合同款；

(3) 其余款项待合同内容全部履行完毕，经甲方验收合格后按实际发生工作量，根据审计结果进行结算，审计公司可由乙方挑选并经甲方审核确认。

(4) 支付费用前乙方须开具同等金额发票给甲方，若乙方未开具发票，甲方可拒绝付款，且不承担违约责任。

4、政府采购合同履行过程中，由于其他不可抗力原因引起的会议延后或取消，乙方应无条件服从，实际已发生且经甲方认可的前期费用据实结算，其他可以按照实际数量结算的

事项，由双方协商确定，双方互不承担违约责任。

第七条 违约责任

1、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%。

2、如乙方不能按期交付服务的，乙方应向甲方支付合同总价 5%的违约金，同时赔偿由此给甲方造成的全部损失。乙方在合同履行过程中存在违反合同约定的义务的，甲方可向其下发整改通知书，要求乙方限期整改并有权要求乙方支付 10 万元以下的违约金。

3、乙方出现下列情形，甲方有权无条件解除本合同，合同自甲方解除通知书送达乙方之日起解除。乙方还应向甲方支付不少于合同总价 30%的违约金，并应承担因解除合同对甲方造成的一切损失（包括但不限于重新组织招标、项目延期或无法正常举行导致的直接间接损失、诉讼费、律师费等）。

①合同期间内甲方累计三次下发整改通知书或乙方未按照甲方整改通知书要求按期整改并经甲方验收的；

②乙方虚假承诺，或经权威部门检测提供的货物和服务不能满足采购文件要求；

③由于乙方的过错造成合同无法继续履行的；

④合同履行期间，因乙方的违约或侵权行为损害第三方利益，造成甲方或政府形象受损的；

⑤会议期间，乙方或乙方组织参加活动的企业、个人有违反国家利益、国家统一、民族团结言行的。

4、如果采购内容因包括地震、水灾、旱灾、战争、罢工、政府政策、方针、决定等不可抗力因素取消的，双方损失各自承担，互不承担违约责任。

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、乙方在合同履行过程中如出现造成不良社会影响等情形的，甲方可酌情罚款或解除合同。

第八条 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。

第九条 合同的转让

未经甲方允许乙方不得擅自部分或全部转让其应履行的合同义务。

第十条 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，则采取向甲方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼方式解决争议。

2、在诉讼期间，双方对本合同无争议的条款应继续履行。

第十一条 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。

第十二条 合同生效及其他

- 1、本合同自签订之日起生效。
- 2、本合同一式捌份，甲乙双方各执肆份。
- 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：2025年7月16日



乙方：（盖章）

法定代表人或委托代理人：

电话：

开户银行：

账号：

日期：2025年7月16日



附件：中国质量（南京）大会宣传流量项目分项报价清单

中国质量（南京）大会相关宣传活动分项报价表					
序号	项目	单价 (元)	数量	总价 (元)	备注
（一）新媒体及专业媒体推广					
1、围绕中国质量（南京）大会“质量：赋能新质生产力”主题，策划大会视觉产品——KV、IP。					
1	主视觉系统	30000	1 项	30000	中国质量（南京）大会主视觉系统制作，以及相关呈现效果图。
2	IP 概念策划	20000	1 项	20000	中国质量（南京）大会专属 IP 概念策划，含 IP 创意来由、IP 创意形象、IP 品牌故事打造等。
3	IP 形象设计	30000	1 项	30000	中国质量（南京）大会专属 IP 形象设计，含 IP 人物平面设计图（线稿、上色稿）、3D 原型效果图、3D 原型场景效果图等。
小计				80000	
2、传播内容 会前传播我市和省内城市质量印记、质量文化、质量举措，宣传大会信息、独特看点和价值意义，吸引社会大众提前对大会有所关注。会中采用直播间等形式，传播开幕新闻、实时资讯、专场活动、对接对话会等情况，并通过加强流量分发，吸引大众参与。会后发布闭幕新闻，质量专业报刊发布专版全面总结会议成果，进一步提升中国质量大会品牌影响力和全社会质量意识。					
1	会前传播	130000	1 项	130000	包括专题搭建、特色专栏、视频、海报、中英文折页、H5 制作等。
2	会中传播	140000	1 项	140000	搭建大会直播间；会中文案撰写、视频、图片拍摄、长图制作等。
3	会后传播	100000	1 项	100000	发布闭幕新闻，质量专业报刊发布专版报道总结。
小计				370000	
3、媒体媒介 官方主流媒体包括但不限于人民网、新华网、新华日报、南京日报、中国质量报、中国市场监管报等不少于 10 家；新媒体传播渠道包括但不限于学习强国、今日头条、抖音、微信、凤凰网、南京发布以及大会指定官方微信公众号等新媒体不少于 15 家。开、闭幕式及重要嘉宾访谈等重要信息配中英文双语字幕通过人民网、新华网、凤凰网等向国际传播。					

中国质量（南京）大会相关宣传活动分项报价表					
序号	项目	单价	数量	总价	备注
		（元）		（元）	
1	官方主流媒体	100000	1 项	100000	于人民网、新华社等中央级媒体，中国质量报、中国市场监管报等行业媒体及新华日报、江苏电视台、南京日报、南京电视台等省市官方媒体上进行精准且全面的投放推广。
2	新媒体传播渠道	40000	1 项	40000	于学习强国、今日头条、百度百家、人民号等主流网媒，微信、微博、视频号、抖音、小红书、B 站等新媒体平台及“市说新语”“南京市场监管”等政务新媒体构建新媒体传播体系。
3	重要嘉宾访谈	60000	1 项	60000	包括针对重要嘉宾进行深度专访，并邀请央媒知名主持人与参会重要嘉宾展开即时对话，同时针对开、闭幕式及重要嘉宾访谈等重要信息配中英文双语字幕，通过人民网、新华网、凤凰网等向国际传播。
4	国际传播	30000	1 项	30000	整合国际媒体资源，于国际媒体同步宣发大会相关内容，全面展示大会价值。
小计				230000	
4、做好媒体记者的接待服务保障工作					
1	媒体物料设计制作	15000	1	15000	含媒体嘉宾证件、参会资料包等产品设计制作。
2	采编组织接待服务	40000	1	40000	含整体人员组织接待、现场媒体间服务保障、采编对接协调、内容审校、宣传报道服务反馈等。
3	后勤保障	35000	1	35000	含餐饮、住宿、交通费用。
	合计			90000	
（二）社会宣传					
1、8-9 月中旬，策划实施“质量点亮城市”全民感知行动，设计制作质量相关主题的宣传海报、公益广告，精选交通枢纽、公交线路、户外广告大屏等媒介投放，宣传质量精神、展示质量成果，营造社会氛围。其中地铁不少于 2 条线、5 个站点；公交不少于 10 个站点；户外电子屏不少于 8 块。					
1	地铁媒介投放	90000	1 项	90000	于 2/4 号线 5 列车厢、5 面站台核心点位进行投放

中国质量（南京）大会相关宣传活动分项报价表					
序号	项目	单价	数量	总价	备注
		（元）		（元）	
2	公交站台投放	70000	1 项	70000	于主城 10 个公交站点进行投放
3	户外电子屏投放	90000	1 项	90000	于主城区及河西片区等 8 块屏进行投放
4	创意设计与内容规划+执行	20000	1 项	20000	视觉设计：主视觉融合设计 广告内容：系列平面广告、动态视频脚本创作 文案策划：主题口号、互动标语及案例文案撰写
小计				270000	
2、组织市场监管专业报刊开展“我眼中的高质量生活”系列街头采访活动，向大会传递社会大众质量期盼。					
1	采访小组	10000	1 项	10000	每天安排采访小组(每组包含 1 名记者、1 名摄像师、1 名记录员)开展街采活动，街采人员交通、住宿、餐食等
2	采访设备+物料	10000	1 项	10000	摄像机、录音笔、麦克风等设备租赁及备用电池、存储卡、标识标牌等配件；定制笔记本、书签、环保袋等推广物料
3	采访短视频	10000	3 个	30000	街头采访短视频汇总创意，共计 3 条，每个 1 分钟；总时长 3 分钟
小计				50000	
3、会议期间在主会场周边楼宇开展质量主题灯光秀展示。					
1	楼宇灯光租赁	60000	1 项	60000	LED 外立面投影设备、智能灯光控制系统等租赁；楼宇资源租赁，不少于 2 栋楼宇
2	创意内容制作	20000	1 项	20000	动画制作：灯光秀脚本设计、质量齿轮 / 数据流等动态画面渲染，含南京地标元素、动态光影特效等
3	现场执行与调试	10000	1 项	10000	安装调试、技术人员支持保障等
小计				90000	
（三）制作中国质量（南京）大会宣传片					
1、聚焦大会主题，展示省、市质量历史、质量文化、质量成就，制作中国质量（南京）大会宣传片 1 个。视频时长 5-6min，满足最小 4K 高清输出，配中英文字幕，视频格式符合大会播放使用。8 月上旬完成送审样片，大会前按要求修改完善至符合播放要求。					
1	导演及创意策划	30000	1 项	30000	导演编导及内容创意策划，策划不少于 2 种方案供甲方选择。
2	拍摄执行	120000	1 项	120000	摄影师、灯光师、录音师、配音员、演员、后期制作人员等拍摄制作费用；4K 输出所需摄像机、镜头、无人机、灯光设备、录音设备等。

中国质量（南京）大会相关宣传活动分项报价表					
序号	项目	单价	数量	总价	备注
		（元）		（元）	
3	场地、演员、道服费用	100000	1 项	100000	拍摄场地租赁、场地布景、演员和道服等。
4	中英文翻译	20000	1 项	20000	视频中英文翻译。
5	后期制作费用	60000	1 项	60000	剪辑、特效、调色、配乐、字幕制作，以及涉及相关版权素材。
6	媒体分发	10000	1 项	10000	在省、市官方媒体平台发布传播。
小计				340000	

2、视频素材采集和制作过程中，同时整理发掘体现南京和省内城市质量文化、质量成果的故事，输出质量文化印记系列短视频 8 个。短视频每个不少于 3min，满足最小 1080P 高清输出，配有中英文字幕，有计划地在人民网、新华网、凤凰网等及省、市官方媒体平台发布传播。

1	短视频（A 档）	20000	2 个	40000	制作周期长，打造顶级视听品质、深度创意的宣传片，追求极致效果和独特艺术性，每个不少于 3min。
2	短视频（B 档）	10000	3 个	30000	周期较短，更加具有质感，包含核心概念、故事线、视觉风格，创意更具吸引力，每个不少于 3min。
3	短视频（C 档）	5000	3 个	15000	周期短，满足主题展示需求，提供核心策划，创意直接，有吸引力，每个不少于 3min。
4	差旅交通	8000	1 项	8000	含视频拍摄所需要的差旅交通费用。
5	演员聘请	7000	1 项	7000	含视频所需要的演员聘请费用。
6	中英文翻译	30000	1 项	30000	视频中英文翻译。
7	媒体分发	20000	1 项	20000	在人民网、新华网、凤凰网等及省、市官方媒体平台发布传播。
小计				150000	

（四）组织新闻发布会

根据采购人要求，负责大会新闻发布会组织工作，地点暂定南京。中标人须按要求策划并制定新闻发布会方案，起草新闻发布稿、主持词、新闻通稿等材料，负责邀请经采购人认可的专业媒体参加，做好媒体记者的接待服务保障工作。新闻发布会后加强相关信息传播，渠道包括但不限于学习强国、今日头条、抖音短视频、微博、百度、腾讯、网易、凤凰网、搜狐网等。

中国质量（南京）大会相关宣传活动分项报价表					
序号	项目	单价 (元)	数量	总价 (元)	备注
1	物料设计制作	20000	1 项	20000	新闻发布会物料设计及制作，包括但不限于：背景画面、媒体邀请函、直播海报、发布会流程 ppt、媒体资料包、线下活动引导牌、席卡等。
2	现场执行	20000	1 项	20000	新闻发布会活动前期彩排+现场执行，包括现场场地保障、大屏控屏、领导对接邀约、流程人员保障、活动整体彩排等，前后整体跟进活动进度。
3	图文直播、 视频直播及 图片快拍	30000	1 项	30000	专业新闻图文直播、视频直播全流程保障，搭建快拍链接，图片实时精修快传，发布会文字实时传导校对；活动全流程线上直播，含直播后台搭建等，全程图文及视频直播。
4	材料撰写	20000	1 项	20000	发布会主持词、发布稿、新闻通稿、媒体问答预案稿等全流程材料撰写。
5	媒体邀约及 对接	500	60 家	30000	根据总局要求，完成总体媒体邀约 60 家以内（以实际执行为准）。
6	南京质量成果展	10000	1 项	10000	发布会走廊设置南京质量成果互动展区，进一步展示南京实践。
总计				130000	
（五）做好办会过程档案记录					
为大会筹备期间的各项宣传活动、新闻发布会、开幕式彩排、正式会议等过程提供摄影、摄像记录服务，汇总整理从申办到结束的全过程的视频、图片素材，制作总结汇报片 1 个。9 月底前完成送审样片，10 月底前按要求修改完善至符合归档要求，以光盘或硬盘形式交付成片及各主要活动场次素材。					
1	主摄影团队	10000/ 天	2 天	20000	3 人组（包含拍摄导演/摄影/助理）
2	视频全程录制	15000	1 项	15000	Sony FX6+佳能 C70 双机位；全程录制
3	图片摄影+ 精修	20000	1 项	20000	4 名摄影师（主机+备机）
4	汇报片成片	35000	1 项	35000	视频素材剪辑成片，形成汇报片
5	应急音频备份	5000	1 项	5000	Tascam DR-40X
6	素材归档刻盘	5000/ 套	1 项	5000	LT0 磁带+硬盘双备份
7	日常图片/ 视频拍摄	0	1 项	0	嵌入各子活动及服务中
小计				100000	

中国质量（南京）大会相关宣传活动分项报价表					
序号	项目	单价	数量	总价	备注
		（元）		（元）	
（六）开展专项舆情监测与处置					
制定专项舆情监测方案、舆情应急响应与处置预案，9月15~20日期间，每日输出1份舆情报告，突发舆情15分钟内通报并协助处置。					
1	专项舆情监测方案制定	20000	1项	20000	监测体系搭建：配置全网监测渠道关键词库、调试监测系统参数
2	舆情应急响应与处置预案制定	30000	1项	30000	1. 预案体系设计：建立风险分级标准、15分钟响应机制、编制详细的处置资源清单 2. 模拟演练筹备：预设3类舆情场景并编写演练脚本
3	舆情监测服务费用	50000	1项	50000	1. 每日舆情监测：数据采集、情感分析、事件梳理、风险评估（从活动预热期开始） 2. 报告编制及审核交付
4	突发舆情应急处置服务费	38000	1项	38000	包括调动网评团队、声明图文设计及推送等
小计				138000	
（七）知识产权保障					
中标人应保证相关视频、音频、文字、图片等宣传素材，不侵犯第三方包括知识产权在内的合法权益，确保不会因此产生纠纷。本项目成果的知识产权归采购人所有，中标人未经采购人同意不得应用于其他媒体或机构，对相关数据做好保密工作，否则一切后果及责任由中标人承担。					
1	原创内容创作与授权	20000	1项	20000	包含稿件、长图、H5、视频等全案原创素材生产，引用案例 / 数据需标注来源并获授权
2	第三方素材采购	20000	1项	20000	采购新华社 / 人民网授权内容或视觉中国等正版图库素材，转载需书面授权并标注来源
3	音乐版权采购	10000	1项	10000	采用 PremiumBeat 等无版权音乐或定制原创音乐，覆盖宣传片及短视频需求
4	全流程版权审核	10000	1项	10000	法务团队审核所有宣传物料（图文 / 视频 / H5），确保原创性及授权合规
5	侵权应急处理	10000	1项	10000	15分钟响应侵权事件，提供平台投诉 / 律师函等维权支持
6	版权团队人力	10000	1项	10000	配置版权审核组 / 法务组 / 内容组，项目周期内专业人力支持
小计				80000	
（八）团队配备					

中国质量（南京）大会相关宣传活动分项报价表					
序号	项目	单价	数量	总价	备注
		（元）		（元）	
在本项目的执行过程中，要明确项目负责人（1 名）和团队服务人员，整个项目团队的人员要相对稳定，未经采购人同意不得擅自变更。由于本项目涉及面广、整体要求高，投标人须在投标文件中列明项目负责人及团队服务人员岗位分工。					
1	项目负责人	50000	1 项	增值服务	项目负责人洪丽针对此项目统筹跟进。
2	项目核心成员	100000	1 项	增值服务	项目核心统筹人员汪慧、高围、韩振、倪琳、蔡敏、宦宇飞、吴婷、贺琦、易闪闪、石潇梅、闫子嘉、焦小喻、吴小大、王亚东、徐伟、符婧、陆一川、潘仁斌、李百良、江川、黄月霞、陈明杰等不少于 20 人全流程跟进。
3	全流程服务	20000	1 项	20000	全流程跟进服务，针对重要时间节点，项目核心人员不少于 2 人驻点办公。
小计				20000	
（九）机动费用					
针对本项目的机动费用相关事项					
1	机动费用	30000	1 项	30000	针对本项目的事项机动费用
小计				30000	
投标总价				2168000 元	