

“走进鲁迅纪念馆，探秘鲁迅文化” 新媒体宣传合作协议

甲方：绍兴鲁迅纪念馆

地址：浙江省绍兴市鲁迅中路 235 号

联系人：丁雯怡

联系电话：0575-88625911

乙方：浙江原上文化发展有限公司

地址：浙江省绍兴市上虞区曹娥街道惠普广场 A 座 22 楼
2208 号第 5 间办公室

联系人：池慧玲

联系电话：17797590575

为进一步宣传鲁迅文化，提升鲁迅纪念馆的好感度和美誉度，更好地服务于来自五湖四海的游客，甲方特委托乙方进行“走进鲁迅纪念馆，探秘鲁迅文化”新媒体宣传，具体协议如下：

一、合作内容

根据甲方的要求，乙方以鲁迅纪念馆为核心，依托新媒体平台，通过抖音直播、图文视频宣传、达人官媒宣传等方式，专题开展“走进鲁迅纪念馆，探秘鲁迅文化”新媒体宣传，总曝光量不低于 8000 万次，小红书、抖音、视频号平台累计增粉不低于 20 万人（须有平台后台数据截图佐证）。详细宣传内容详见附件一。

二、合作时间

合同签订之日起-2024年12月31日

三、合作费用及结算方式

1.合作费用（含税）：人民币陆拾肆万玖仟元整（¥649000元）；

2.结算方式：本协议签订后，根据乙方开具的增值税普通发票，甲方支付预付款（合同总价的40%）；项目执行50%以上，依据相应成果内容，经阶段性评分优秀后，根据乙方开具的增值税普通发票，支付余款（合同总价的60%）。

甲方开票信息：

户名：绍兴鲁迅纪念馆

统一社会信用代码：1233060047132102XL

开户行：交通银行绍兴越城支行

账号：336006130018170132693

乙方指定账户信息：

开户名：浙江原上文化发展有限公司

开户行：浙江泰隆商业银行绍兴上虞小微企业专营支行

账号：33070030201000012817

四、甲方的权利和义务

1.合作期内，甲方应向乙方提供已获授权的可供本合作内容宣传使用的相关资料；

2.甲方负责所有宣传内容的终稿确认工作。如不符合甲方要求，甲方有权要求乙方进行修改或调整，直至甲方满意；

3.经双方协商，部分项目内容可根据假日等市场情况，



适当顺延执行；

4.甲方及甲方上级部门在保留作者署名权的前提下，有权对乙方提供的宣传内容在各类媒体或宣传推介时使用，不再支付任何费用；

5.项目执行过程中，将进行阶段性和最终项目执行情况评分（评分表详见附件二）。评分内容分为宣传内容质量（30%）、宣传效果（30%）、市场意识（40%）等部分，评分满分100分，90分及以上为优秀，60分及以上为合格。如乙方执行情况未达到需求、相关数据未达标且最终评分未合格，将取消乙方下一年度甲方宣传项目的投标资格。

五、乙方的权利和义务

1.乙方全权负责本项目涉及的所有宣传工作，包括但不限于宣传内容制作、活动策划等，并确保各项工作持续、有效、完整、准确进行。若因乙方原因导致相关工作无法完成，乙方应及时处理恢复，相关费用由乙方自行承担；

2.未经甲方同意，乙方不得擅自修改经甲方确认过的宣传内容；

3.合作期内，乙方应确保项目总曝光量不低于8000万次，小红书、抖音、视频号平台累计增粉不低于20万人。如在合同期内未能达到以上工作要求，乙方须继续运营，直到完成，期间甲方不增加任何费用；

4.乙方在项目执行过程中，每月需形成阶段性成果报告；项目执行完成后，需形成整体成果报告，报告需包含宣传内容、成果数据等；

5.乙方应保证其交付给甲方的成果均为原创，甲方使用乙方的宣传内容均免受第三方提出的侵犯其著作权、商标权、版权、所有权等的起诉和其他方式的追索。若因此产生纠纷的，由乙方自行承担；若甲方因此担责的，有权向乙方行使追偿权；

6.甲方提供的所有资料，只允许乙方在本协议中参考使用，乙方不得外传，不得将资料提供给与履行合同无关的第三人，不得使用在与本项目无关的任何地方。未经甲方同意，乙方不得在任何平台发表本协议宣传内容；

7.宣传期间，乙方所需人员的聘用、待遇报酬，由乙方自主决定。期间所发生的劳务纠纷、工伤、病残和安全事故及处理由乙方负责，与甲方无关。现场拍摄时须遵守景区管理制度，不得产生破坏文物、场地及设施设备等现象，不得影响游客正常参观。

六、履约保证金

根据甲乙双方约定，乙方在签订本合同后 15 日内，需向甲方账户 336006130018170132693，提供本次项目总金额 1%、总计陆仟肆佰玖拾元整（¥6490 元）履约保证金。项目执行完毕后，甲方应在一个月内将履约保证金原路退还给乙方。当本合同期内，因乙方原因出现重大违法违规事件或其他有重大变动等情况，且造成恶劣社会影响，甲方有权视情况不退还乙方的本项目履约保证金。

七、违约责任

1.乙方不能履行协议约定义务的，经甲方两次书面通知

仍不整改的，甲方有权解除合同，乙方须支付协议总价 3% 的违约金；

2.乙方所提供的宣传内容不符合甲方需求，应根据甲方要求补充完善，直至甲方满意。

八、争议解决

因本协议产生的争议，甲、乙双方应友好协商解决，协商不成的，可提交甲方所在地人民法院解决。

九、送达条款

本协议载明的联系地址即为各方寄送文件的法定地址（包括法律文书），因拒收或无法送达而退回的，以邮局第一个邮戳所记载的日期视为送达日期。任何一方变更以上送达方式的，应于变更后 2 日内书面告知另一方，否则由此导致的一切不利后果自行承担。

十、其他条款

1.不可抗力是指协议生效后发生的，阻碍本协议一方履行其全部或者部分义务的、本协议一方不可预见、不能避免的自然事故和事件；

2.发生不可抗力的一方应立即书面通知另一方，并在其后 15 天内提供此种不可抗力发生及其持续时间的足够证据和不能履行或部分不能履行本协议义务的理由；

3.不可抗力情况不再存在后，双方应根据本协议继续履行各自义务，除非双方协商终止履行协议。

十一、协议生效

本协议一式陆份，甲、乙双方各执叁份。本协议自双方

签字或盖章之日起生效。

甲方（盖章）：

委托代理人（签字）：

联系地址：

电话：



乙方（盖章）：

委托代理人（签字）：

联系地址：

电话：



签署日期：2024年7月26日

附件一

“走进鲁迅纪念馆，探秘鲁迅文化”新媒体宣传内容表

宣传类目	宣传内容	备注
新媒体宣传	抖音直播：开展主题直播不少于 100 场。其中大型直播不少于 10 场，现场直播不少于 30 场，绿幕棚播不少于 60 场；单场时长不低于 2 小时，包含旅游类网红达人（小红书平台粉丝量不少于 2 万，抖音平台粉丝量不少于 10 万）出境直播不少于 30 场。	单个法定节假日期间连续直播不少于 3 场。
	宣传视频：制作原创视频不少于 50 条。其中 30 条时长不少于 30s，20 条时长不少于 60s。	单个法定节假日期间集中发布视频、图文宣传内容不少于 10 条。
	宣传图文：制作原创图文内容不少于 30 条。	
	达人宣传：邀请 10 位旅游宣传达人发布自创宣传视频或图文笔记总计不少于 10 条。其中小红书平台粉丝量不少于 10 万或抖音平台粉丝量不少于 20 万达人至少 1 位，小红书平台粉丝量不少于 5 万或抖音平台粉丝量不少于 10 万达人至少 3 位，小红书平台粉丝量不少于 3 万或抖音平台粉丝量不少于 5 万达人至少 6 位。	/
	官媒宣传：发布省级及以上相关官方媒体报道不少于 10 篇。	/
宣传活动	主题活动：开展以“新媒体绍兴文旅推介官”为主题、与央视级媒体合作的活动 1 场，负责活动策划、活动执行、活动宣传等相关工作，输出活动视频不少于 10 支（单支时长不低于 30s）和省级及以上媒体报道不少于 10 篇。	/
	培训活动：开展新媒体宣传培训活动不少于 4 场，每场不低于 1 小时。	/

附件二

“走进鲁迅纪念馆，探秘鲁迅文化”新媒体宣传项目评分表

评分时间：_____

评分人员（签字）：_____

序号	评分内容	评分
1	宣传内容质量 (30分)	
2	宣传效果 (30分)	
3	市场意识 (40分)	
总分		