

江苏省 2024 年全省文化馆品牌群众文化活动、全民艺术普及直录播及数字加工项目

合作协议书

项目名称：江苏省 2024 年全省文化馆品牌群众文化活动、全民艺术普及直录播及数字加工项目

项目编号：0664-2460SMECTY40D(苏采云编号:JSZC-320000-SMDG-C2024-0155)

甲方：（采购人）江苏省文化馆

乙方：（供应商）南京广播电视集团有限责任公司

甲、乙双方根据苏美达国际技术贸易有限公司的江苏省 2024 年全省文化馆品牌群众文化活动、全民艺术普及直录播及数字加工项目竞争性磋商的结果，签署本合同。

一、服务内容

甲方选择 25 场省内优质品牌活动，委托乙方开展宣传推广、直录播拍摄及后期制作等工作。活动通过国家公共文化云平台进行网络直录播。

（一）项目内容

江苏省文化馆选择 25 场省内优质品牌活动，开展宣传推广、直录播拍摄及后期制作等工作。

1、宣传推广

线上推广：设计线上海报、开展线上互动活动，发布图文推介（预告、回顾、图文新闻稿），统计收看数据及阅读量等。

线下推广：制作线下活动展板、易拉宝、宣传海报，组织与线上成互动的线下活动。

2、直录播拍摄

拍摄 25 场省内优质品牌活动，在国家公共文化云平台直录播。拍摄类型及拍摄顺序根据活动情况调整。每场直录播活动包括宣传预热、现场布设及传输网络测试、现场拍摄与导播、现场监控、后期加工、数据统计、回传资源等。每场直录播活动现场拍摄机位不少于 4 个，每个机位均要求为 4K 的高清摄像机，根据活动主办方需要，无条件提供一台摇臂拍摄。

直播活动需现场布设及传输网络测试。

3、后期制作

按要求对素材进行编辑加工，形成系列数字资源。(1) 拍摄的演出视频、花絮等素材；(2) 成片：宣传片（5分钟左右）、活动短视频（30秒-1分钟左右）、演出视频（不少于60分钟）、采访（不少于5分钟）、拆条精编（根据演出节目数量而定）等。

4、数据统计

数据统计包括对直录播相关数据进行多维度的统计，如总点击量，实时观看量，分时完播率等。

5、项目对接

需完成与国家公共文化云对接。

6、服务效能

(1) **宣传效能**：每场直录播活动撰写不少于2篇的活动宣传推广软文，包括活动前预热推文（活动前2天发出）和活动后宣传推文（活动后1天内发出）。

(2) **视频效能**：每场直播活动的总播放量在10万以上。活动短视频（30s-60s）需在活动结束后24小时内上线。

(二) 具体要求

1. 直录播拍摄要求

(1) 视频直录播应严格按照国家新闻出版广电总局关于互联网电视内容服务许可要求；直录播活动前将涉及的主要参与人员、直录播技术把控、内容审核机制的相关方案报江苏省文化馆、文化和旅游部全国公共文化发展中心备案，以确保直录播活动的安全性。

(2) 每场直录播活动需与国家公共文化云有效对接，实现活动在国家公共文化云“看直播”版块首播，且拍摄的数字资源需上传至该平台展播，要求须满足国家公共文化云移动端、微信公众号等的平台对接。

(3) 每场直录播活动包括宣传预热、现场布设及传输网络测试、现场拍摄与导播、现场监控、回传资源等。

(4) 每场直录播活动除通过国家公共文化云各终端（首发）全网同步播出外，还需利用多平台、多渠道，联合推广播出。

(5) 每场直录播活动现场拍摄机位不少于4个，每个机位均要求为4K的高清摄像机。其中固定机位3台，花絮拍摄机位若干台（视活动实际情况而定）以及高清导播主控台；现场导播1人，现场编导至少1人；地方戏剧、方言类节目应配专人导播。

(6) 每场直播活动需根据国家公共文化云播放要求采用延时技术。

(7) 直录播过程中,要求配置充足人力资源,具备完善的内容审核机制以及应急方案,具有对直录播、互动实时进行监测管理的能力,能实时提供线上客服服务。

(8) 每场直录播活动现场需对活动筹备、观众、主创人员、演出人员等进行花絮拍摄。

(9) 每场直播需满足在中国境内,最高峰值可达 10 万人次同时观看的网络分发能力。

(10) 每场直播网络带宽不低于 100M 的网络带宽,直播活动开始前 1 天要经过测试,以确保直播视频质量清晰,传输信道畅通稳定。

(11) 每场直录播活动结束后 72 小时内,需按视频编审规范完善整场活动的视频资源编辑制作,并在国家公共文化云“看直播”版块实现回看。

(12) 直录播画面需符合国家公共文化云标准,包括台标、活动名称、直播等字样需按照标准生成直录播画面。

2. 视频拍摄及后期制作

(1) 视频资源成品要求有完整的片头、片尾、转场等包装;本项目要求资源成品需加上国家公共文化云片头、片尾及台标,整场活动录制视频后编辑上线。

(2) 宣传短视频拍摄与编辑要求内容紧扣活动主题,展现活动特色,画面流畅,有很好的节奏感。带情感的、有特色的背景音乐,配合画面节奏转换。

(3) 整场活动拍摄资源要求按单个节目进行拆条。

(4) 专题采访需贯穿直录播活动中的组织者、参与者等的专题采访视频制作。

(5) 根据资源制作要求完成的视频资源成品时长、活动图片、推文文章。

(6) 资源上线:视频资源成品制作完成后,要求上线至国家公共文化云、地方公共文化云平台以及其它主流新媒体平台进行展示。

(7) 根据资源制作要求完成的资源成品每项直播活动成片时长要求不低于 60 分钟;

(8) 活动照片:每场现场活动照片不低于 10 张,包括活动开场、花絮、演出节目、观众等镜头;

(9) 资源备份:所有活动资源成品、原始素材要求录入移动硬盘进行备份存档,并附有元数据表(具体标准详见国家公共文化云平台标准规范)。

(10) 按要求对素材进行编辑加工,形成系列数字资源。针对每场活动,提交拍摄素材及成片资源,素材:多机位拍摄的演出视频、花絮等;成片:宣传片(5 分钟左右)、活动短视频(30 秒-1 分钟左右)、演出视频(不少于 60 分钟)、采访(不少于 5 分钟)、拆条精编(根据演出节目数量而定)等。

3. 平台对接及节目发布

申报审核：参照《国家公共文化云直播工作管理办法》报送直播对接，提供延时直播流地址，提前 1 天技术测试，直播后提供回看视频。平台发布：国家公共文化云“看直播”+地方平台

4. 宣传推广

宣推物料：线上海报，线下易拉宝、宣传品等

推文：预告，回顾，图文新闻稿

数据：收看数据，阅读量

(1) 每场直播活动的宣传推广工作需通过国家公共文化云、地方公共文化云平台以及可联合推广的主流新媒体平台进行宣传推广。需提供可联合推广的新媒体平台清单及案例。

(2) 需提供符合各播出平台进行宣传推广的活动海报，且要求在活动开始前上线国家公共文化云、地方公共文化云平台以及可联合推广的主流新媒体平台进行宣传推广。

(3) 每场直播活动撰写不少于 2 篇的活动宣传推广软文，包括活动前预热推文（活动前 2 天发出）和活动后宣传推文（活动后 1 天内发出）。每场直播活动的总播放量在 10 万以上。活动短视频（30s-60s）需在活动结束后 24 小时内上线。

(4) 每场活动需在活动现场提供活动海报门型展架 2 个、活动背景板 1 个、引导群众参与互动。

(5) 直播活动结束后 24 小时内需出具直播收看数据，72 小时内出具详细分析报告。

报告分“线上”和“线下”两部分：

“线上”部分包括：宣传和互动活动统计数据（各端宣传文案的阅读、点赞、转发、评论等数据；互动活动参与情况统计，以及图文、截屏等）；线上收看数据统计（在网站、微信、App、专用设备等各类终端观看设备数、观看次数）。

“线下”部分包括：汇总活动执行情况报告（含演出节目、活动现场等照片）；现场宣传推广情况等。

5. 资源格式要求

内容	文件格式	格式要求
直播视频源	M3u8	视频参数 视频编码：H. 264 输出格式：m3u8 码率：4096Kbps

		码率控制: CBR 档次/级别: High profile/Level 4.0 分辨率: 1920*1080 (1080P) 帧率: 25fps 宽高比: 16: 9 音频参数 音频编码: AAC 音频质量: 高等质量 音频编码码率: 128Kbps 音频采样率: 48kHz 音频声道: 双声道
--	--	--

内容	文件格式	格式要求
视频文件	Mp4	视频参数 视频编码: H. 264 输出格式: MP4 文件 码率: 不小于 2048Kbps 码率控制: CBR 档次/级别: High profile/Level 4.0 分辨率: 1920*1080 (1080P) 或 1280*720 (720P) 帧率: 25fps 宽高比: 16: 9 音频参数 音频格式: AAC 音频质量: 高等质量 音频编码码率: 128Kbps 音频采样率: 48kHz

音频声道：双声道

6. 内容审核

(1) 乙方负责对直播内容及宣传素材意识形态、政治导向、价值导向进行审核，确保直播内容安全。

(2) 乙方对直播内容及宣传素材的声音、画面、字幕等技术质量，出镜人员及其言论等进行审核，确保直播内容安全。

7. 成果提交

提出申请——全国公共文化发展中心审核——技术对接——国家公共文化云发布直播节目。

8. 团队配备要求

在本项目的执行过程中，项目负责人要专职于本项目，深入了解江苏群众文化活动全民艺术资源，投入到本项目中，并且整个项目团队的人员要相对稳定，未经采购方批准不得擅自变更团队。

9. 其它要求

(1) 对该项目所记录的所有原始素材和相关文件须提交甲方，版权归甲方所有，乙方不得将应用于其他媒体或机构，如出现版权纠纷，由乙方承担相应法律责任。

(2) 乙方必须对项目技术方案以及由甲方提供的所有内部资料、技术文档和信息予以保密，未经甲方书面许可，乙方不得以任何形式向第三方透露本项目的任何内容。

二、服务费用

1. 本次采购服务费用（含税）共计人民币（小写：¥1246000.00；大写：人民币壹佰贰拾肆万陆仟元整）。

(1) 在签订本协议之日起 30 个工作日内甲方支付合同金额的 40%，即¥498400.00（大写：人民币肆拾玖万捌仟肆佰元整）。

(2) 在项目内容实施完成 50%后，甲方支付合同金额的 30%，即再支付¥373800.00（大写：人民币叁拾柒万叁仟捌佰元整）。

(3) 在项目内容实施完毕，提交的项目内容经甲方验收通过后，支付合同金额的 30%，即再支付¥373800.00（大写：人民币叁拾柒万叁仟捌佰元整）。

2. 乙方账户信息

乙方名称：南京广播电视集团有限责任公司

开户行：农业银行南京解放路支行

账号：10103101040002927

社会信用代码：91320100754108261Q

地址：南京市秦淮区白下路 358 号广电大厦 1911 室

三、权利和义务

1、甲方应按合同约定向乙方支付所有合作费用。

2、直录播活动场地由甲方提供。为保证直播质量，甲方协调直播现场具备速率达到上行不低于 100M 的独享带宽，同时乙方做好网络备份，配备移动、电信等运营商的移动网络卡。活动现场的直录播设备搭建、调试由乙方负责。甲方需协助乙方协调直录播服务场地的网络、电源、音响、灯光等资源满足前期测试和后期使用。

3、乙方负责本次直录播活动各终端平台的节目海报、宣传海报和节目单制作直至甲方及国家中心审核通过。甲方需提供制作宣传物料所需的图片、活动介绍、活动流程等相关资料，并保证所提供的资料、图片符合党和国家的方针政策，不与国家法律、法规冲突且真实可靠。乙方应主动提前向甲方索要各类工作所需的相关资料，但乙方须自行提供创意设计中所需的各类图片及资料并保证其合法性、真实性。

4、乙方将根据本次活动的主题、活动流程、活动内容、参与人群等，为甲方提供互动方案策划、宣传推广软文、新闻通稿撰写，活动数据分析报告等，以此激发群众参与热情，扩大活动的影响力。

5、乙方负责在直录播结束后 72 小时内向甲方提供本场直播活动的节目成品视频。乙方需按视频编审规范完善整场活动的视频资源编辑制作，并在国家公共文化云“看直播”版块实现回看。

6、乙方若在履行现场受托事务期间有第三人影响工作，或有相关行政管理人员进行管理，由甲方出面负责解决，若直接影响了乙方的工作，甲方应负相应责任。关于直播现场所需要办理的事先行政审批或报备事宜由甲方负责办理，若为此造成本协议约定内容无法履行，乙方不承担任何责任。

7、直录播现场因乙方人员或乙方委托的第三方人员发生的食宿费等由乙方承担。

8、如果宣传产品在乙方旗下相关端口播出发布，甲乙双方进行终审。

9、乙方在项目执行过程中的现场拍摄等事项的安全由乙方负责，项目涉及所有人员及事故保险由乙方自行办理。

四、知识产权条款

1、乙方保证所交付的作品具有独创性、不存在任何权利瑕疵，包括但不限于知识产权瑕疵，不得侵犯甲方以及任何第三方的知识产权和其他合法权益；乙方为完成本合同委托事项而需要使用他人作品的，应保证得到该作品著作权人和/或其他权利人的有效授权并可有效使用，并且必须告知甲方并经过甲方同意；若甲方不同意乙方使用他人作品的，乙方不得使用。如乙方违反本条款的约定，因此引起的任何法律责任均由乙方负责；如造成甲方及第三方损失的(包括但不限于甲方因此向第三方支付赔偿金、补偿金、知识产权许可使用费、行政处罚、以及律师费、诉讼费、仲裁费、差旅费、鉴定费等)，还应负责赔偿。

2、本合同完成之成品或半成品或任何最终及阶段性作品，其所有权及著作权等知识产权均归甲方。未经甲方书面允许，乙方在任何时候均不得擅自使用或允许第三方使用，否则应承担违约责任。

3、乙方应对其提供的宣传素材及相关资料所涉及的知识产权负责，若因其提供素材的侵权行为引起的与他人的纠纷由乙方负责。

五、合作期限

合同签订之日起至本项目服务合同相关内容全部结束。

六、争议解决

双方在执行合同中所发生的一切争议，应通过友好协商解决；协商不成，向甲方所在地法院提起诉讼。

七、合同生效及其它

1、合同经甲乙双方双方授权代表签字盖章后生效。本合同生效后，除不可抗力因素外，甲乙双方不得随意解除合同，否则视为违约，违约方应向守约方赔偿直接损失。

2、本合同未尽事宜，双方协商解决，可以用补充协议或附件的方式约定，补充协议及附件与本合同具有同等法律效力。

3. 在协议履行过程中，若发生不可抗力而造成损失的，双方互不承担违约责任，由双方协商解决

4. 本合同正本一式肆份，具有同等法律效力，甲乙双方各执贰份。

(以下无正文)

甲方：江苏省文化馆
(盖章)

授权代表

日期：2024年10月25日



乙方：南京广播电视集团有限责任公司
(盖章)

授权代表

日期：2024年10月20日

