



第五章 采购项目技术、服务内容及其他商务要求

一、项目概况

黄龙景区官方微信公众号、微博是对外展示景区形象、发布景区动态的重要窗口。为保障平台持续稳定运行，确保宣传工作有序衔接，服务内容包括日常内容编辑发布、留言互动管理、后台数据监测及系统安全维护等。

二、项目技术、服务内容及要求（实质性要求）

（一）黄龙微信公众号（不含视频号）

1. 负责黄龙微信公众号日常内容的编排与发布以及后续维护。
2. 负责微信公众号的版式设计和内容推广。根据黄龙景区情况不定期更新微信头图、尾图。
3. 全年发布原创微信公众号文章，一周不少于 4 篇，全年不少于 208 篇，平均阅读量不少于 2000/篇。
4. 及时上传黄龙景区自有新闻、动态、公告等内容，并在 1 小时内响应，每周定时更新黄龙天气信息。
5. 建立栏目化内容矩阵，围绕景区风光种草、游玩攻略、生态保护、科普研学、民俗文化、节庆活动、游客服务等方向设置固定栏目，每月初向甲方报送月度选题计划，经甲方审定后执行。
6. 针对评论区、后台游客旅行咨询服务需求，每日定时回复（如：每日 17:00 回复微信微博评论）。做好舆情监测、舆情处理工作，在 1 小时内响应。
7. 微信菜单功能维护：对自定义菜单、关键词等内容，根据景区需求不定期更新。
8. 结合黄龙节庆节点、热点事件加大与游客互动，全年策划不少于 6 次互动活动，并制作相关的页面或软文宣传。
9. 根据中国传统节假日、二十四节气等内容以及当季需要，进行原创海报设计，全年不少于 50 张。
10. 每周需原创设计 1 张黄龙风光主题海报，全年不少于 52 张，主题为问候类（如周末愉快、问候寄语），海报须使用实地拍摄的原创景区图片，画面风格与景区品牌形象统一，不得使用网络图片或重复套用模板。
11. 每日完成公众号贴图内容发布，内容需贴合黄龙景区季节景观，以实拍图片搭配简



短文案形式输出，保证内容原创、画面合规，做好日常流量种草。

12. 为加大粉丝对黄龙公众号的关注度，推出不少于 10 篇 1 万+阅读量的高质量原创文章。

13. 结合黄龙实时景色风貌，运用图集、长图、手绘插画等多元形式，创作不少于 12 篇原创景区游玩攻略，内容需贴合季节景观特点，保证全部为原创内容，微博同步推送。

14. 提供 7*24 小时服务。

（二）黄龙微博

1. 微博维护功能，对微博头像、背景图片配合景区进行可视化管理。

2. 每日信息不少于 1 条原创推送，1 条转发，并对管理局的重大事件、重要公告进行及时发布。

3. 保持与游客进行友好互动，转载、点评、回复等；后台游客旅行咨询服务需求，每日定时回复与互动。做好舆情监测、舆情处理工作，在 1 小时内响应。

4. 提供 7*24 小时服务。

（三）其他服务

1. 提供黄龙矩阵账号（如：美丽阿坝）的正常新闻或软文推送，一周不少于 2 条的更新。

2. 组织小红书网红来黄龙打卡做旅游攻略，人数不少于 5 人，单人粉丝量不少于 1 万。自媒体旅游攻略发布不少于 10 篇。

3. 微信公众号、微博推送内容提供配图时，所有图片均由乙方自行实地拍摄创作完成。

4. 每月提供运营数据报告（含阅读量、在看、转发、粉丝增长、用户画像等），每季度提供运营分析报告与优化建议；全年粉丝净增长不低于双方约定目标。

5. 应成立不少于 5 人的专门服务团队（含项目负责人、文案策划、平面设计、用户运营、摄影人员等），项目负责人保持 24 小时通讯畅通；根据景区拍摄和宣传需要，不定期派遣专业人员驻点开展工作。

6. 建立内容“三审三校”机制，所有发布内容经乙方初审、复审后报甲方终审，确保政治方向正确、内容准确无误；严格落实网络意识形态工作责任制，杜绝政治错误、虚假信息及敏感内容。

三、商务要求（实质性要求）

（一）服务时间：自合同签订之日起 365 日。

（二）服务地点：以采购人要求为准。



（三）付款方式：1、合同签订生效后，达到付款条件起 15 日内，支付合同总金额的 50.00%

2、项目完成经验收合格并收到乙方发票及凭证资料后，达到付款条件起 15 日内，支付合同总金额的 50.00%。

（四）验收、交付标准和方法：按照本项目采购文件、供应商响应文件及财政部《关于进一步加强政府采购需求和履约验收管理的指导意见》财库〔2016〕205 号的要求进行。

四、其他要求

本项目其他未尽事宜，由采购人和成交供应商在签订采购合同时约定

黄龙国家级风景名胜区管理局