

政府采购合同

项目名称：兰州市福利彩票发行中心公益品牌宣传系列活动
采购项目

项目编号：LZSMZJ-LZSFCZX-HT-2026-17

甲方合同编号：LZSMZJ-LZSFCZX-HT-2026-17

甲方：兰州市福利彩票发行中心

乙方：甘肃寰宇视界数字传播有限公司

采购代理机构：鸣森项目管理咨询有限公司

签订时间：2026 年 9 月 23 日

服务合同

甲方（托付方）：兰州市福利彩票发行中心

法定代表人：金吉英

职务：主任

统一社会信用代码证：12620100739618765A

纳税人识别号：12620100739618765A

住所：兰州市城关区广场南路 107 号

邮政编码：730000

联系人：魏迎晓

联系电话：0931—8807188

传真：/

电子邮箱：1050293818@qq.com

银行账户（开户名、账号、开户行名称）：

开户名：兰州市福利彩票发行中心

账号：101892000199339

开户行名称：兰州银行民大支行

乙方（服务方）：甘肃寰宇视界数字传播有限公司

法定代表人：马 进

职务：总经理

统一社会信用代码证：91620000MA7262QT2X

纳税人识别号：91620000MA7262QT2X

住所：甘肃省兰州市城关区北滨河东路 72 号

邮政编码：730046

联系人：把奕廷

联系电话：13299313916

传真：/

电子邮箱：1328127162@qq.com

银行账户（开户名、账号、开户行名称）：

开户名：甘肃寰宇视界数字传播有限公司

账号：61010150400002029

开户行名称：甘肃银行股份有限公司兰州市滨河支行

根据《中华人民共和国民法典》等相关法律法规规定，甲乙双方协商一致，就兰州市福利彩票发行中心公益品牌宣传系列活动采购项目合作事宜达成如下协议：

一、合同文件

下列与本次采购活动有关的文件及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，这些文件包括但不限于：

1. 招标采购文件
2. 投标文件
3. 乙方在投标时的书面承诺
4. 中标通知书或成交通知书
5. 合同补充条款或说明
6. 保密协议或条款
7. 相关附件、图纸及电子版资料

二、服务内容

（一）服务名称：福彩公益品牌宣传系列活动

（二）服务明细：以甲乙双方确认的活动策划执行方案为准，详见合同附件，与合同具有同等效力。

（三）项目管理及售后

1. 项目管理：乙方要指定不少于一人全权全程负责本项

目的具体落实，包括服务的咨询、对接、执行和后续工作，确保项目顺利推进。

项目负责人姓名：李伟；联系电话：17868623072。

2. 售后服务

(1) 乙方提供服务的质量保证期为自服务通过最终验收直至合同履约完毕。若国家有明确规定的质量保证期高于此质量保证期的，执行国家规定。

(2) 服务期内，乙方应提供相关服务支持。对甲方所反映的任何服务问题在 2 小时之内做出及时响应，并赶到现场实地解决问题。若问题在 24 小时内仍无法解决，乙方应在 24 小时内免费提供服务的补偿、替换方案，直至服务恢复正常。

(3) 乙方必须遵守甲方的有关管理制度、操作规程。对于乙方违规操作造成甲方损失的，由乙方按照本合同第九条的约定承担赔偿责任。

三、合同期限

本合同服务期限自 2026 年 9 月 24 日至全部公益宣传活动结束为止。

四、服务费用

(一) 合同总金额

本合同服务总金额：¥ 342000.00 元

大写：叁拾肆万贰仟元整

本合同总价款包括服务期间必须的组织策划、物资耗费、设备使用、安装调试、媒体宣传、人工、运输等所有

相关费用。本合同执行期内因工作量变化而引起的服务费用的变动，在双方事先协商一致的前提下签订补充合同。

（二）付款方式

1. 本合同项下所有款项均以人民币支付。

2. 款项的支付进度应符合如下约定：

按照兰财采[2022]14号文件规定，合同签订生效后，且乙方向甲方出具合规发票后，甲方预付合同总金额的50%（¥171000.00元）。合同约定的所有项目活动完成并验收合格后，双方签订《验收报告》，且甲方收到乙方开具的合规发票后，甲方付清剩余50%合同款（¥171000.00元）。乙方需提交《承诺函》作为履约保证，有效期至合同期限截止。

按照项目的特殊性，由甲方制定付款进度。甲方财政申请支付，如遇财政支付进度迟延，乙方同意甲方付款时间相应迟延。甲方不承担违约责任。

五、服务标准

（一）乙方应保证提供的服务符合国家法律法规及相关标准，且达到双方事先约定的服务标准，包括但不限于：

1. 服务质量：乙方积极配合、准确按照甲方在项目活动开展过程中各个环节的具体定位要求制定活动方案，并按照活动方案规范操作，确保活动质量。

2. 宣传载体质量：须严格符合网络媒体管理及其他国家现行相关法律法规、管理规定要求，确保活动对外宣传渠道合规合法。

（二）如因乙方原因导致服务质量问题，乙方应承担相应违约责任。

（三）乙方在服务期间如有任何疑问或意见，应及时向甲方反馈，双方共同协商解决。

六、甲乙双方的权力和义务

（一）甲方权利与义务

1. 有权对乙方服务过程（包括活动的策划筹备、组织开展等环节）进行监督，发现问题可向乙方出具《整改通知书》，要求限期整改。

2. 服务期间为乙方工作提供必要支持，包括向乙方提供活动宣传主线、开展形式、行业概况等在履行合同服务过程中所需的资料、素材和创意想法。

3. 甲方保证其向乙方提供的用于本次活动宣传的所有资料（包括但不限于品牌资料、文字、图片、视频、数据、人物故事等）真实、合法、准确、完整，不侵犯任何第三方的知识产权、肖像权、名誉权、隐私权或其他合法权益。

（二）乙方权利与义务

1. 严格按本合同约定的内容、标准、期限提供服务，不得擅自变更活动形式、数量，改变服务周期等违背合同约定内容。

2. 保证所提供的服务或其任何一部分均不会侵犯任何第三方的专利权、商标权或著作权。一旦出现侵权，索赔或诉讼，乙方应承担全部责任。

3. 保证服务过程及成果不存在危及人身、财产安全的隐患，须符合国家法律法规及行业规范，否则承担全部法律责任及赔偿责任。

4. 乙方不得将本项目整体转包。经甲方书面同意，乙方可将非主体、非关键性工作（如物料印刷、第三方摄像、个别演艺人员、义诊合作医疗人员等）分包给具备相应资质的第三方；乙方就分包部分向甲方承担连带责任，分包方不得再次分包。投标/响应文件中已载明的分包内容视为甲方同意。

七、保密条款

双方应就双方在本合同中获悉的对方商业秘密和机密信息保密。未经对方书面同意，不得向任何第三方或与履行本合同无关人员透露。即使向履行本合同相关人员提供，也应注意保密并限于履行合同的必需范围内。乙方的保密义务期限自收到甲方资料之日起，至合同终止后两年内。

八、项目验收

（一）验收信息

1. 验收时间：以每次活动开展时间为准。
2. 验收位置：活动开展现场。
3. 验收参与方：甲乙双方必须同时在场，乙方所提供的服务不符合合同内容规定的，甲方有权拒绝验收。

（二）验收要求

1. 乙方应配合甲方完成各活动阶段验收，及时提供验收所需的资料（如活动现场照片、网络宣传截屏链接、验收报告等）。

2. 乙方应对提供的服务成果作出全面自查和整理，并列出清单，作为甲方验收和使用的服务条件依据，清单应随提供的服务成果交给甲方。

3. 验收内容须与合同约定内容要求一致，对于验收不合格项，甲方出具书面不合格文件后，乙方须在甲方要求时间期限内免费整改，直至验收合格，双方共同签订《验收报告》。

4. 甲方可以视项目规模或复杂情况聘请专业人员参与验收，大型或复杂项目，以及涉及专业服务内容的应当邀请国家认可的第三方质量检测机构参与验收。验收所需费用由乙方承担。

5. 如项目实施情况需要分阶段验收，经双方书面确认同意后，则可根据实际情况分阶段出具《验收报告》。

九、违约责任

（一）乙方所交付服务成果不符合本合同规定的，甲方有权拒收，乙方在得到甲方通知之日起2个工作日内采取补救措施，逾期仍未采取有效措施的，甲方有权拒绝支付剩余款项，同时要求乙方退还已收取的款项，并赔偿因此造成的损失；同时乙方应向甲方支付合同总价3%的违约金。

（二）乙方无正当理由逾期交付服务的，每逾期1天，乙方向甲方偿付合同总额的0.05%的违约金，逾期赔偿总金额不超过合同总价的10%。如乙方逾期达7天，甲方有权解除合同，甲方解除合同的通知自到达乙方时生效。甲方有权拒绝支付剩余款项，同时要求乙方退还已收取的款项。在此情况下，乙方给甲方造成的实际损失高于违约金的，对高出

违约金的部分乙方应予以赔偿。

（三）乙方根据甲方需求提供验收报告，服务期间内，甲方进行监督检查，服务不符合合同要求时，甲方进行口头警告或书面通报；超过2次不够5次的，乙方每次向甲方偿付合同总额的0.05%的违约金，赔偿总金额不超过合同总价的10%；达到5次以上，甲方有权解除合同，甲方解除合同的通知自到达乙方时生效。甲方有权拒绝支付剩余款项，同时要求乙方退还已收取的款项，并要求乙方赔偿因此造成的一切损失包括经济损失。

（四）因不可抗力或国家相关政策原因致使一方不能按约履行本合同的，该方应在3个工作日内书面通知对方并提供证明，已履行部分据实结算服务费用。未履行部分是否继续履行、如何履行等问题，由双方协商后报主管部门及政府采购管理部门备案；协商不成的，双方均可解除合同，互不承担违约责任。

（五）其他未尽事宜，以《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国政府采购法》等有关法律法规规定为准，无相关规定的，双方协商解决。

（六）因违约造成经济损失的，由违约方承担赔偿责任，违约方应承担守约方因主张权利发生的全部费用，包括但不限于诉讼费、仲裁费、律师费、保全费、保全保险费、鉴定费、差旅费等。

十、其他约定

（一）附件作为本合同的组成部分，与本合同具有同等效力。

（二）本合同自甲乙双方签字盖章之日起生效，一式 6 份，甲方执 3 份，乙方执 3 份，具有同等法律效力。服务期满、款项结清、双方无争议后，合同终止。

（三）合同生效后，除《政府采购法》第 49 条、第 50 条第二款规定的情形外，甲乙双方不得擅自变更、中止或终止合同。若对本合同正文或附件作任何更改，需另行签订补充协议。

（四）甲、乙双方因履行本合同而相互发出或者提供的所有通知、文件、资料，均可以通过本合同首页所列明的法定代表人或联系人进行，均可以通过本合同首页载明的地址、传真、电子邮箱、电话送达。通过传真方式的，在发出传真时视为送达；以邮寄方式的，挂号寄出或者投邮当日视为送达；以电子邮件方式发送的，自发出时起 24 小时内视为送达。变更名称、地址、法定代表人、联系人、电话、传真、电子信箱，应当书面通知对方；变更信息方未书面通知对方的或对方在收到书面通知前，对方按原信息送达的，视为对方已完成送达，因此造成信息变更方的不便和损失由信息变更方承担。

（五）本合同应按照中华人民共和国的现行法律进行解释。

十一、争议的解决

（一）因服务质量问题发生争议的，应当邀请国家认可

的质量检测机构对服务进行鉴定。服务符合标准的，鉴定费由甲方承担；不符合质量标准的，鉴定费由乙方承担。

（二）合同履行过程中如发生争议，双方友好协商；协商不成，双方可选择以下第1种方式解决：

1. 向甲方所在地人民法院起诉；
2. 向甲方所在地仲裁委员会提出仲裁。

（三）在法院审理和仲裁期间，除有争议部分外，本合同其他部分可以履行的仍应按合同条款继续履行。

（以下为合同签署部分，无正文）

甲方：（盖章）

法定代表人（或委托代理人）：



乙方：（盖章）

法定代表人（或委托代理人）：



附件：

兰州福彩公益品牌宣传活动 策划执行方案

一、活动概述

本次户外活动以“福满金城 创‘益’美好”和“青春同行 ‘益’路出圈”为主题，社区活动以“福彩伴邻里 善意暖人心”为主题，落实福利彩票“扶老、助残、救孤、济困”宗旨，摒弃单纯商业文艺汇演模式，采用商圈大型主题活动 + 中型公益快闪 + 社区公益巡展三线联动模式，把公益金成果展示、受助群体风采展示、户外劳动者关爱、公益互动体验融为一体，构建有温度、可参与、有实效的公益传播矩阵。

1、核心目标

（1）品牌认知：传递品牌价值，讲好彩票公益金助残扶弱真实故事，提升品牌美誉度。

（2）互动参与：举办大型户外活动，打造现场沉浸式参与场景；开展中型快闪系列活动，形成流动式传播；落地社区巡展，走进 5 个社区开展社区活动。

（3）社会价值：让市民直观了解福彩公益金的投向与实效，推动社会关注公益事业；关怀环卫工人、外卖骑手等户外劳动者，拓展福彩公益边界。

2. 活动整体架构

活动板块	场次	地点	时间说明
------	----	----	------

大型主题 户外活动	1 场	兰州核心商圈（兰州中心）	周末 / 节假日，1 天
中型公益 快闪活动	1 场	次核心商圈（中山桥）	周末 / 节假日，1 天，以 多轮公益快闪表演为主
社区公益 巡展	5 场	主城区 5 个社区	每社区 1 天

二、商圈户外活动内容

1、基本信息

大型活动主题：福满金城 创“益”美好

中型活动主题：青春同行 “益”路出圈

活动地点：核心商圈兰州中心、次核心商圈中山桥

活动时间：9-11 月周末/节假日

2、大型活动现场六大功能区

功能区	核心内容	体验目标
主舞台区	暖场、开幕、国风表演、青春活力主题 节目、公益故事分享、公益游戏穿插、 大屏线上扫码抽奖	聚集人气、传递品牌理念
公益展示区	公益墙、福彩发展历程、公益金资助项 目	建立公信力，展示彩票公 益金帮扶成果
沉浸互动区	4 款公益主题集章闯关游戏	市民沉浸式理解公益内涵
打卡扫码区	网红打卡墙、扫码关注、宣传物料发放	社交传播，私域引流
义诊专区	血压测量、健康咨询	践行公益便民
户外劳动者 爱心摊位	面向环卫工人、外卖骑手、执勤人员免 费取用饮用水、纸巾、简易创可贴等物 品	关怀城市户外劳动者（事 先联系当时区域外卖员与 环卫工，活动期间邀请其 领取物资）

3、中型活动现场四大功能区

功能区	核心内容	体验目标
简易主表演区	用于多轮公益快闪	聚集人气、传递品牌理念
公益展示区	公益墙、福彩发展历程、公益金资助项目	建立公信力，展示彩票公益金成果
沉浸互动区	4 款公益主题集章闯关游戏	市民沉浸式理解公益内涵，宣传本土非遗文化
户外劳动者爱心摊位	面向环卫工人、外卖骑手、执勤人员免费取用饮用水、纸巾、简易创可贴等	关怀城市户外劳动者（事先联系当时区域外卖员与环卫工，活动期间邀请其领取物资）

三、礼品领取规则

活动总耗费：礼品一 40 个，礼品二 40 个，礼品三 400 个，礼品四 400 个，礼品五 700 个。

其中大型活动场总计耗费：礼品一 24 个，礼品二 24 个，礼品三 240 个，礼品四 240 个，礼品五 250 个。

中型活动总计耗费：礼品一 16 个，礼品二 16 个，礼品三 160 个，礼品四 160 个，礼品五 300 个。

社区活动总计耗费：礼品五 150 个，米面油 100 份。

奖品分为大屏扫码抽奖奖品、集章兑换奖品、扫码关注奖品三类，所有奖品数量有限，发完即止。

1、大屏扫码公益抽奖活动

大型活动：本次活动分下午场、晚上场，每场设置 3

轮大屏扫码抽奖，全天合计 6 轮。

单轮奖项配置：一等奖 4 个（礼品一）、二等奖 4 个（礼品二）、三等奖 10 个（礼品三）、幸运奖 10 个（礼品四）。

6 轮基础抽奖合计：一等奖 24 个（礼品一）、二等奖 24 个（礼品二）、三等奖 60 个（礼品三）、幸运奖 60 个（礼品四）。

抽奖规则：参与者现场扫码进入大屏互动公益大转盘、微信摇一摇、幸运刮刮乐系统，每一轮由主持人启动抽奖，实时公布中奖名单；中奖人员凭手机中奖凭证到兑奖处核验领取；中奖用户标记黑名单，不可重复参与抽奖

中型活动：本次活动为下午场，共设置 4 轮大屏扫码抽奖。

单轮奖项配置：一等奖 4 个（礼品一）、二等奖 4 个（礼品二）、三等奖 10 个（礼品三）、幸运奖 10 个（礼品四）。

4 轮基础抽奖合计：一等奖 16 个（礼品一）、二等奖 16 个（礼品二）、三等奖 40 个（礼品三）、幸运奖 40 个（礼品四）。

2、集章兑换奖品（4 个游戏点位，全部以通关/参与判定）

（1）奖品数量

大型活动：礼品三 180 个、礼品四 180 个、礼品五

（以实际发放数量为准）。

中型活动：礼品三 120 个、礼品四 120 个、礼品五（以实际发放数量为准）。

（2）兑换说明

入口领取公益护照集章卡，设置 4 个集章点位，同时作为导览图。4 个集章区域分别为：①公益留言墙（写完祝福的话后可以盖章）②福彩幸运弹射站 ③福运投壶游戏④眼疾手快抓棍机游戏。

序号	游戏名称	游戏内容说明	公益主题释义
1	福运投壶	传统投壶游戏，壶口象征“公益聚宝盆”，共投掷 6 支箭，6 中 4 及以上获得通关章，其余获得参与章	涓滴善意汇聚，彩票爱心用于扶老助残救孤济困
2	福彩幸运弹射站（类似愤怒的小鸟）	瞄准靶区，弹射出击！一次弹射，一份爱心。8 个玩偶用弹弓击中 5 个，可盖得通关章，5 个以下为参与章。	
3	谣言粉碎机；心愿便贴·公益留言墙	卡片写涉彩常见误区：“多买必中奖”“网络代购彩票靠谱”“私彩赔率更高”等，参与者抽取卡片，判断真假，工作人员现场讲解科普；参与者写下公益心愿、对帮扶群体的祝福，贴在主题背景墙，	提高参与度、反诈宣传、理性购彩宣传
4	眼疾手快抓棍机	机器掉落 8 根圆棒，接住 4 根及以上获通关章，其余获参与章	以趣味闯关体验传递坚持互助的公益精神

（3）游戏点位区分通关章、参与章

①福运投壶：6 投命中 ≥ 4 枚，发放【通关章】；未达到 4 枚，发放【参与章】

②福彩幸运弹射站：8 个玩偶击中数 ≥ 5 个，发放【通关章】；未达到 5 个，发放【参与章】

③公益留言墙：写下对于福彩和爱的认识，即可获得【通关章】

④眼疾手快抓棍机：8 根棍棒接住 ≥ 4 根，发放【通关章】；未达到 4 根，发放【参与章】

集章卡既是参与凭证，也是后续奖品兑换的核心依据。

（4）获奖规则说明

4 个点位全部为游戏通关制，完成点位任务即判定【通关】，未完成即为【参与奖】。

集齐 3 枚及以上通关章，可兑换【礼品三】

集齐 2 枚通关章，可兑换【礼品四】

集齐 1 枚通关章，可兑换【礼品五】

兑换流程：市民持集章护照前往兑奖登记处核验印章通关情况，符合档位即可兑换对应礼品；所有礼品库存有限，先到先得，发完即止。

备注：公益留言墙属于简易任务，完成即算作通关。

3. 打卡发社交平台、关注“兰州福彩”公众号视频号

打卡发社交平台、关注“兰州福彩”公众号视频号即可直接获得礼品五 1 份。其中大型活动和中型活动以实际

发放数量为准，社区活动 150 份。礼品数量有限，先到先得、发完即止。

四、大型活动主舞台区执行流程

编排原则：不单独堆砌文艺节目，每一个节目结束后主持人简短介绍关于福彩公益金的资助故事，公益互动游戏穿插在节目间隙。

下午场 13: 00-17: 00

序号	环节类型	节目内容	说明	备注
1	暖场预热	循环播放福彩公益宣传片、纪实短片；发放公益集章护照	志愿者引导入场	
2	开幕仪式	主持人开场，介绍活动公益主线，介绍到场嘉宾；简述福彩公益金项目；		
3	开场节目	鼓舞表演：太平鼓，	本土非遗	
4	节目	独唱（曲目待定）		
5	穿插环节	第一轮大屏扫码刮刮乐	主持人引导全场扫码参与，公布中奖名单	
6	节目	唱歌 + 伴舞（节目待定）		
7	乐器演奏	乐坊演奏		
8	穿插抽奖	第 2 轮大屏扫码微信摇一摇抽奖		
9	节目	青春活力风格舞蹈		

10	收尾	第 3 轮大屏扫码公益大转盘抽奖：主持人宣布下午场主舞台表演结束，引导市民前往各功能区参与集章互动		
----	----	---	--	--

晚上场 18: 00-20: 30

序号	环节类型	节目内容	说明	备注
1	暖场预热	循环播放福彩公益宣传片	实时呈现现场公益服务	
2	节目表演	群舞《丝路飞天》		
3	节目	合唱		
4	穿插抽奖	晚上场第 1 轮大屏扫码刮刮乐抽奖		
5	节目	魔术表演		
6	节目	青春活力风格舞蹈		
7	节目穿插抽奖	晚上场第 2 轮大屏扫码微信摇一摇抽奖	本土主题歌曲	
8	节目表演	武术北狮表演（兰州本土非遗）	非遗表演	
9	终轮抽奖+结束语	晚上场第 3 轮大屏扫码公益大转盘抽奖：活动落幕		

五、中型活动次舞台执行流程

编排原则：摒弃传统完整晚会模式，以公益快闪为核心，活动时间之内开展 4 轮短时快闪展演。

地点：次核心商圈（中山桥）

时间：周末单日 11:00-17:30。

1、快闪执行模式

(1) 活动共设置 4 轮舞蹈快闪，全部排布在场地客流高峰区间，轮次之间预留 25-30 分钟休整时间，供演员调整状态、摄像机位复位。

(2) 每轮参演演员 6-8 名，单次完整表演 6 至 8 分钟；4 轮分别编排独立、风格各不相同的舞蹈节目，每一轮带给现场路人全新观感，持续激发路人的拍摄欲与好奇心，最大化短视频传播素材的丰富度。

(3) 演员每轮开场前分散混入人群，定点集合开始表演，演出结束迅速散开，完成一轮快闪。

(4) 每轮快闪间隙进行公益大屏抽奖活动。

快闪特点：演员从人群中登场，完成节目，结束后演员融入人群，不做长时间舞台驻留。

2、传播模式

现场围观群众会自发拍摄短视频，在抖音、视频号等社交平台传播；同时我方安排专业摄像，录制完整活动素材，用于品牌宣传，实现线下引流+线上扩散双重效果。

六、社区活动方案

1、基本信息

活动主题：福彩伴邻里 善意暖人心

活动地点：城关区两个社区、安宁区一个社区、七里河两个社区。

活动时间：9-11 月

2、现场功能区

区域	配置内容	功能说明
公益宣传展示区	摆放福彩公益宣传展板	向路过居民科普公益金使用方向、理性购彩，反诈宣传等
慰问物资捐助区	摆放米面粮油慰问物资	专门用于向社区物资捐助核对、签字领取；物资有序码放，做好防护。
义诊区	医护 1 名、血压计	血压测量、健康咨询

3、活动内容

前期对接：活动前与社区提前对接，确定时间地点及活动流程。

时间流程：

时间	工作内容
08:30-11: 00	工作人员进场：摆放桌椅、架设公益宣传展板；米面粮油慰问物资清点、码放；社区工作人员到场对接领取。后续由社区为困难户发放，并提供领取签字登记表。
11:00-17:30	公益宣传区对外开放，向社区居民发放福彩宣传单，宣传福彩公益属性，并进行义诊。为关注公众号视频号居民赠送小礼品。
17:30-18:00	回收展板、桌椅物料，清点剩余物资，现场撤场。

4、奖品发放

- (1) 扫码关注奖。发放礼品五合 计 150 份。
- (2) 米面油捐赠合计 100 份，5 个社区平均分配，每

社区 20 份。

七、执行与保障

1、全周期宣传策略

宣传重点不再只渲染热闹演出，重点突出：福彩公益金“取之于民，用之于民”。

（1）活动前 3-5 天预热

海报 1 张、预热视频 1 条、预热图文 1 条；投放渠道：公众号、视频号、抖音等新媒体平台。

（2）活动当天实况传播

商圈活动：每场实况视频 1 条，时长 30-60 秒，重点剪辑表演、公益捐助、义诊专区、爱心水站现场；图文 1 篇。

（3）活动结束后延续传播

总结回顾图文，公布活动数据：关注公众号人数，活动参与人数，礼品领取名单，活动效果影响。

2、项目筹备排期（30 天筹备周期）

节点	工作内容	交付成果
T-30 天	方案确认	最终方案、场地合同
T-25 天	主 KV 设计，视觉系统确定；节目编排，表演者对接排练	主 KV、视觉规范、节目初稿
T-20 天	全套物料制作；游戏方案细化；演艺排练启动；爱心水站物资筹备	全套设计稿，节目排练记录
T-15 天	预热宣传物料制作；礼品采购；工作人员、志愿者培训	物料制作中

T-10 天	预热物料、礼品采购完成；节目联排完成	预热视频 / 图文、志愿者培训手册
T-7 天	发布预热；物料验收；设备调试，节目彩排	预热发布、彩排记录
T-3 天	进场搭建、设备安装、摊位布置	搭建完成确认
T-1 天	全流程彩排，表演者走场，全部人员到位，物资清点	彩排通过确认

3、人员配置（总 27 人）

- （1）核心控场：5 人
- （2）互动运营：9 人
- （3）内容展示：2 人
- （4）后勤支持：4 人
- （5）安全保障：6 人
- （6）专项岗位：义诊对接专员 2 名；爱心水站志愿者 2 名。

4、风险预案

- （1）天气风险：活动前 3 天跟踪天气预报，设置备用日期；现场备雨具、防滑垫、设备防水罩；小雨正常开展，中大雨延期。
- （2）安全风险：规划安全疏散通道；配备灭火器、急救箱；安保巡逻；电气专人操作；针对残障表演者，预留无障碍通行通道。
- （3）人流管控：游戏区设置排队区、导流围栏；达到上限执行出一进一；主持人广播分流。

(4) 设备故障：关键设备双备份；游戏程序压力测试；技术人员 5 分钟响应。

(5) 舆情风险：坚持理性购彩宣传；严禁向未成年人推广；全部物料甲方审核。

5、核心交付物

- (1) 活动主 KV 设计源文件
- (2) 全套视觉设计源文件
- (3) 活动策划执行方案
- (4) 宣传视频（包含节目表演、爱心水站素材）
- (5) 活动总结报告
- (6) 公益物资发放签收记录
- (7) 互动游戏程序源代码及部署文档
- (8) 现场精修照片 ≥ 50 张+视频素材

结束语：公益不是一个人的全力以赴，而是每个人的力所能及。公益彩票，看见不一样的生命力量，让善意在兰州生根发芽。

备注：甲、乙双方需盖章确认活动方案内容

兰州市福利彩票发行中心



甘肃寰宇视界数字传播有限公司



甘肃寰宇视界数字传播有限公司

甘肃寰宇视界数字传播有限公司