

用户需求书

本项目采购预算为 2375000.00 元，投标报价超出采购预算的视为无效投标。

一、项目背景

随着中国和澳大利持续增长的贸易往来和交流发展，和不断开通的入境航线和靠港的邮轮，为进一步稳固和推动海南海口旅游业的发展，推广海口旅游城市品牌，吸引更多澳洲游客，拟在悉尼投放海南海口旅游形象广告，选择的数位广告和传统广告位需满足人流量大、注目率高等条件。

二、项目内容

(一) 选择悉尼主要人流集散区的主要火车换乘站、公交车站及机场进行广告投放。选择投放的媒体资源内包含视频广告和平面广告。位置包括机场国内航站楼与国际航站楼主要出入口，悉尼城市主要地铁站和公交车站，地铁和公交需要选择人流量密集路线。拟投放时间为 2018 年 8-10 月期间，任连续 4 周时间。

(二) 具体广告投放意向信息如下：

1、户外硬广投放地点

1.1 悉尼机场国内到达区取行李处电子屏

形式：电子屏 15 秒

时长：15 秒广告（每两分钟播放一次）

尺寸：2.66m x 0.75m 屏幕总数量：10



（图片仅供参考）

1.2 悉尼国际机场 T1 航站楼 国际抵达行李提取

形式：电子屏 15 秒

时长：15 秒（大约每两分钟一次）

尺寸：1.86m x 1.05m

屏幕总数量：26

投放周期：4 周



(图片仅为参考)

1.3 悉尼火车站广告

形式：站台电子屏广告 总数量：36 块

投放周期：4 周

尺寸：1.18*1.78 米，部分站尺寸不同，根据实际投放位置确定
客流量最大的 Central 火车站 8 块。

悉尼市政厅 Town Hall 火车站 7 块。

悉尼办公商圈 Wynyard 火车站 6 块。

悉尼购物中心 Martin Place 火车站 2 块。

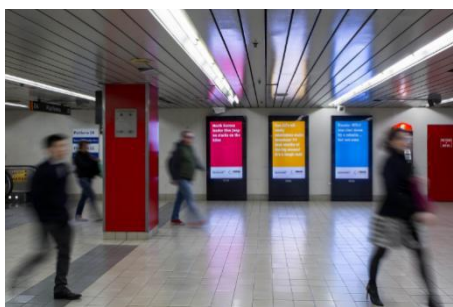
悉尼歌剧院岩石区 Circular Quay 火车站 2 块。

悉尼东部 Bondi Junction 火车站 3 块。

悉尼最大公交转乘 Bondi Bus Interchange 汽车站 2 块。

悉尼北部中心 Chatswood 火车站 2 块。

悉尼西部中心 Parramatta 火车站 4 块。



1.4 悉尼市公交车身及旅游巴士广告

(1) 悉尼市公交车身广告

形式：Megaside（公交车侧面全身广告）

尺寸：9.5m x 2.3m 投放周期：4 周

总数量：10 辆公交车



主要人群：行人，乘客，车辆

具体线路：选择悉尼市中心东部州级车辆厂。线路北至 Chatswood，东至 Watsons Bay 和 Bondi Beach，南至 Sans Souci 和 Little Bay，西至 Strathfield，多次穿越悉尼市中心和悉尼东部 Waterloo 等地区。

（2）旅行巴士侧身广告

形式：旅行巴士侧身广告

尺寸：5.95 m x 1.0m

预计广告总数量：5 辆悉尼本地旅行车

主要人群：游客，行人，车辆。

投放周期：4 周



（图片仅供参考）

1.5 悉尼公交车站广告

形式：站台平面广告 总数量：20 块

投放周期：4 周（静态屏幕/滚动屏广告档期后无其他广告续档，可免费延时）；

尺寸：1.18*1.78 米，部分站尺寸不同，根据实际投放位置确定

投放位置：配合公交车线路，选取不同居住区和附近商圈里的公交车站牌，目前公交线路经 Hurstville, Ashfield, Lidcombe, Ryde, Strathfield 等地；其中 Ashfield 3 块，Hurstville 3 块，Rhodes 4 块，Ryde 5 块，North Shores 5 块。



(图片仅供参考)

2、线上媒体广告具体投放渠道建议

1.1 Google (澳洲用户量最大搜索引擎 www.google.com.au)

主要人群: 全澳互联网用户

投放周期: 4 周

形式: Google AdWords 推广。文字广告链接将会出现在搜索结果或其他内容旁边。包括 Google 搜索页面以及使用 Google 作为搜索引擎的其他网站, 包括旅行者常用网站 TripAdvisor。



(图片仅供参考)

2.2 Facebook / Instagram 社交媒体

主要人群: 全澳互联网用户

形式: Facebook / Instagram 动态、即阅文、右边栏

投放时段: 全天投放广告

投放周期: 4 周

Detailed targeting **INCLUDE** people who match at least ONE of the following

Ex-pats (China)

Behaviours > Travel

- Commuters
- Frequent international travellers
- Frequent travellers
- Returned from travelling two weeks ago

Interests > Additional interests

- ASEAN-China Free Trade Area
- China Tours
- Discover China

Add demographics, interests or behaviours | Suggestions | Browse

Your audience selection is fairly broad.

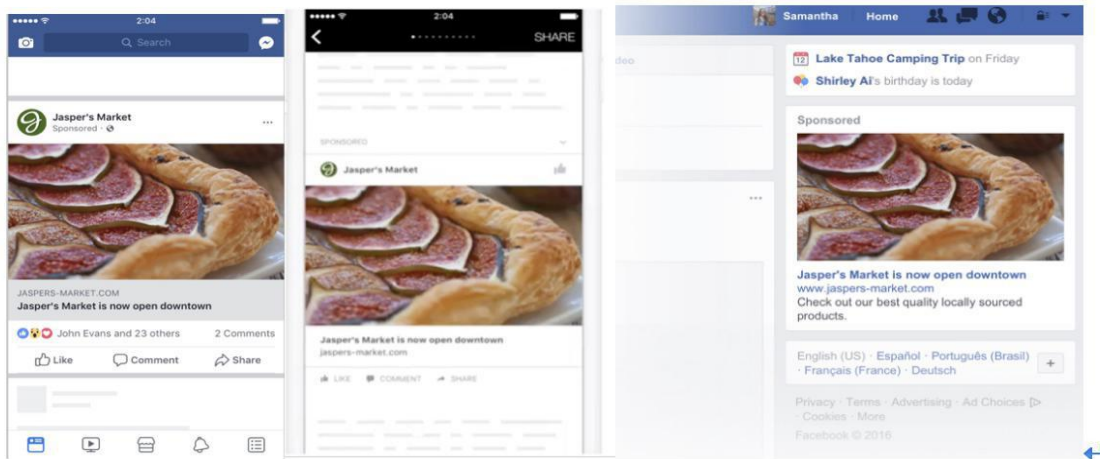
Potential reach: 17,000,000 people
Your detailed targeting criteria are currently set to allow interest expansion.

Estimated daily results

Reach
310-1,900

The accuracy of estimates is based on factors such as past campaign data, the budget you've entered and market data. Numbers are provided to give you an idea of performance for your budget, but are only estimates and don't guarantee results.

Were these estimates helpful?



(图片仅供参考)

2.3 电影院广告

主要人群：城市观影人群

形式：视频贴片广告 30 秒

投放数量：1500 次播放（中心商业区 George St 影院 500 次，北区 Chatswood 影院 250 次，北部大学区 Macquarie 影院 250 次，市中心大学区 Broadway 影院 250 次，东区 Bondi Junction 影院 250 次。）

投放周期：4 周



(图片仅供参考)

三、服务要求

(一) 总体要求

投标供应商需要基于海口市旅游发展委员会 2018 年在澳洲悉尼旅游营销情况，提出关于澳洲悉尼旅游市场传统媒体广告投放方案及建议。为保证澳洲悉尼来琼旅游推广工作顺利展开，决定通过公开招标方式，委托中标供应商提供在澳洲悉尼市场发布广告项目服务。投标供应商须具备境外营销创意能力及对澳洲悉尼境内传统媒体各大平台广告投放的理解，帮助海口市更好地利用传统媒体进行更深度的推广。

具体要求

投标人应根据下述业务范围提供策划创意方案，以达到广告效果最大化，具体业务包括但不限于：

1. 推广策略

对客源地入境海口的相关统计资料进行整理分析，制定务实有效的广告投放方案。包括制定品牌推广策略（包括但不限于品牌宣传主题及文案、品牌包装）等，并针对澳洲悉尼市场设计别出心裁的宣传主题及文案。

2. 方案创意表现

(1) 海口旅游发展委员会在澳洲悉尼市场进行传统媒体广告投放，投标供应商制作广告素材以用于本次澳洲悉尼市场的媒体广告发布。广告素材须具有创意性，美观、大方，文字生动，语言表达准确，并达到语言优美，通俗易懂；

(2) 图片既要考虑美观，又要考虑表达意图，能为文字描述做补充，要求投标供应商有专业摄影师负责图片采集基本工作，在海口旅游发展委员会提供部分图片的基础上专门拍摄或购买其它图片；

(3) 投标方案中需提供设计平面创意与视频方案,要求设计独特、创意新颖,要求文字表达生动,既要体现海南海口特色旅游元素,又要符合客源地大众审美。

3. 澳洲悉尼传统媒体广告投放方案制定及实施

(1) 对澳洲悉尼的传统媒体广告资源进行梳理和评估,提供广告投放策略,确定投放媒体,制定海口旅游发展委员会在澳洲悉尼传统媒体广告投放的方案及排期,并针对投放过程中出现的问题提出优化意见。

(2) 负责海口旅游发展委员会在澳洲悉尼传统媒体广告投放及对应广告素材的制作,利用至少 2 种形式广告(平面广告和视频广告),同时根据广告效果进行动态调整。

(3) 澳洲传统媒体广告投放城市为悉尼,且投放位置必须为人流密集场地,广告投放内容应具有创意性,形式不限。

4. 版权归属要求

本次策划与媒体投放方案所制作的相关素材(包括但不限于图片、视频)版权归采购人所有。

5. 总结报告

(1) 媒体投放后,须提供中文投放证明,包括但不限于媒体发布数量,媒体广告投放实景照片。

(2) 媒体广告投放结束后,须提供中文总结报告,包括但不限于媒体发布数量,户外广告投放实景照片、情况说明(媒体环境、设备完好程度等)、投放效果报告。

(3) 需提供外文原始文件,并翻译成中文,包括但不限于投放证明等。

四、商务要求

1、成果交付时间(工期):采购人指定的交付时间。

2、成果交付地点:采购人指定的交付地点。

3、付款方式:由采购人与中标人在合同中约定。

4、合作形式:(1)成交单位免费提供本次推广广告设计。

(2)按照需求相关要求具体实施落实。

(3)广告投放初期提交广告投放图片及文字内容,制作宣传美篇。
广告投放结束后提交广告投放监测和效果评估,做好投放总结报告,制作投放总结 PPT。