

# 万宁旅游微信公众号运营及线上线下主题营销三年策划

(2019-2022 年)

## 用户需求书

### 一、项目背景

2018 年，利用“万宁旅游”微信公众号运营及线上线下主题营销策划，通过广告精准投放、图文资讯、视频、网络直播、创意海报、创意 H5、线上线下活动策划等多种形式，全方位、多角度推广万宁旅游资源和产品，取得了良好的效果。

为更有效利用互联网平台优势与资源渠道，高效实现万宁旅游精准推广与宣传效果的影响辐射，2019 年将继续进行微信公众号代运营及线上线下事件宣传营销，利用新媒体资源优势及联动不断巩固、挖掘客源市场，做大做强万宁文化旅游品牌宣传营销。

### 二、采购预算

人民币 189.96 万元。

### 三、项目内容

(一) 营销主题：多彩多情 万福万宁

继续强化万宁“多彩多情 万福万宁”城市口号，结合系列营销活动策划分主题系列，提升对万宁多元旅游产品认知度。

(二) “万宁旅游”微信公众号运营

1. 建立“万宁旅游”编辑策划服务团队。

万宁旅游微信公众号运营团队采用“驻点编辑+策划技术团队”形式，驻点编辑负责万宁旅游微信公众号的日常运营，每日进行微信公众号旅游资源产品推送以及实时新闻稿件撰写，保证微信公众号一周至少5篇原创内容，经由万宁市旅游和文化广电体育局工作人员审核通过后发稿，并配合万宁市旅游和文化广电体育局进行基础图片拍摄及资料收集工作；策划技术团队根据主题策划与传播需要提供媒体专业技术服务支撑。

2. 利用主流媒体全平台资源组合，分发辐射提升内容传播力。

根据服务计划每月选择优质传播内容，利用主流媒体多平台进行分发，达到宣传影响力辐射的效果。

### （三）线上线下主题策划宣传

主要围绕“春季踏青”、“夏季游学”、“秋季康养”、“冬季过大年”时间轴线，结合元旦、春节、五一、中秋、国庆、5·19中国旅游日、欢乐节等重要旅游文化节庆活动，策划线上线下主题推广，运用新闻专题、图文、直播、推荐、软文、短视频、H5、创意海报等形式，加大内容传播力度。每年度的营销方案须在上年度12月底完成并向采购人报送。

### （四）宣传效果

推广效果预估：每年度曝光累计预计达到6000万+人次。

(五) 服务明细

服务项目	服务内容	服务明细	数量
微信公众 号运营团 队及日常 运营	驻点编辑 1 人+技术 团队若干	含驻点编辑每日微信内容策 划编辑推送及团队人员工资 交通住宿等费用	1 年 约 400 条/年
	新闻专题	腾讯新闻客户端	1 个/年
	优质稿件推荐	腾讯新闻客户端、腾讯旅游海 南站	50 条/年
线上线 下主题 策划 宣传	投放类：微信朋友圈 广告精准投放	区域：海南全省+广东区域	50 万曝光量/年
	直播类：腾讯直播	体验式直播，含直播专题搭 建、活动人员差旅及现场执行 费用	1 场/年
	新闻类：主题活动专 题	腾讯新闻客户端	1 个/年
	新闻类：全国自媒体 达人	稿件发布	3 篇/年
	创意类：主题 H5 出品	图文 7 个，视频 2 个	3 个/年
	创意类：美工设计	含微信头图/专题 banner 图/ 手绘图/图文海报/直播海报 等	7 款/年
	创意类：视频海报	“5·19”中国旅游日动态海 报 1 款	1 款/年
	创意类：视频拍摄	1、线下景点风景拍摄； 2、新春过年团拜 ID 视频拍摄 (含剪辑/20-30 秒)；	2 个/年
	礼品类：礼品互动	配合线上活动主题策划	1 次/年

#### 四、商务要求：

1. 服务期：合同签订之日起，三年。
2. 服务地点：由采购人指定（以合同约定为准）。
3. 付款方式：采购双方签订合同时另行约定。
4. 报价：报价应为履行项目一切相关费用的包干价，针对以上内容进行分项报价，合计总价不得高于采购预算金额。